

Fi

Fira de Barcelona
Memòria 2011



ra

Índex

04

Presentacions

12

Òrgans de govern

16

Balanç 2011

Potent plataforma firal

28 Salons Presidents de salons

- 30 Antiquaris Barcelona
- 31 Auto Retro Barcelona
- 32 Saló Internacional
de l'Automòbil de Barcelona
- 34 Barcelona BridalWeek
- 35 Barcelona Degusta
- 36 Barcelona Meeting Point
- 37 BcnRail
- 38 The Brandery
- 40 Bizbarcelona
- 41 Carbon Expo
- 42 Construmat
- 44 Còmic
- 45 Cosmobelleza & Wellness
- 46 E-commretail Barcelona
- 47 EIBTM
- 48 Expo Ecosalud
- 49 Expohogar
- 50 Expoquímia, Eurosurfes
i Equiplast
- 52 Expominer
- 53 Festival de la Infància
- 54 Fira d'Artesania
- 55 Fira disCapacitat
i Ocupació de Barcelona
- 56 FM&BS
- 57 Fòrum Dental del Mediterrani
- 58 Glassman Europe
- 59 Globalgeo
- 60 Graphispag
- 61 Infarma
- 62 ITMA
- 64 Low Cost Motor

- 65 Magic Internacional
- 66 Mobile World Congress
- 68 MiBoda
- 69 Nivalia & Outdoor Sports
- 70 Saló Nàutic Internacional
de Barcelona
- 72 Ocasión
- 73 Personal Espanya
- 74 Piscina BCN
- 75 Setmana Internacional
de l'Animal de Companyia
- 76 Setmana de la
Formació i el Treball
- 78 SIL
- 79 Snackex
- 80 Smart City Expo & Word Congress
- 82 Sonimagfoto & Multimedia
- 83 Swab
- 84 ¡¡Taxi!!
- 85 Saló Internacional
del Turisme de Catalunya

86 Congressos i altres esdeveniments

88 Al servei de l'activitat firal

92 Resultats econòmics 2011

96 Delegacions internacionals

98 English text

Barcelona, pol d'innovació



Xavier Trias

Alcalde de Barcelona
i president del Consell General
de Fira de Barcelona

En un marc general de crisi econòmica, que es fa sentir amb força sobre les empreses i la ciutadania, Fira de Barcelona ha tornat a desenvolupar al llarg del 2011 un important paper com a motor i dinamitzador de l'economia de la ciutat i de Catalunya.

Els esforços de Fira de Barcelona han anat en la bona direcció de contribuir a superar el difícil moment econòmic que ens ha tocat viure: més innovació, més internacionalització, excel·lència en el servei, desenvolupament tecnològic i ple suport a les iniciatives dels emprenedors i de les petites i mitjanes empreses, base del nostre teixit productiu. L'acompliment pràcticament total del calendari firal previst ha estat una manera visible d'enviar un missatge de confiança i suport als sectors econòmics. És remarcable que en una conjuntura tan difícil les previsions pressupostàries de la institució firal no solament s'han acomplert sinó que s'han superat.

Capital del mòbil

En fer balanç de l'exercici del 2011, cal subratllar el significat que té que la nostra ciutat fos escollida, el mes de juliol, Mobile World Capital per al període 2012-2018. La seva elecció, competint amb importants ciutats europees, va ser possible tant per la solidesa del projecte presentat com per la unitat i el consens al voltant de la candidatura, en què Fira de Barcelona ha dut a terme un paper actiu i determinant.

Amb la Mobile World Capital, es donarà un fort impuls a les aplicacions mòbils i al paper de Barcelona com a pol d'innovació, i contribuirà al creixement del teixit industrial ja existent. Aquest fort impuls incidirà en la competitivitat empresarial, en noves oportunitats de negoci i en la creació d'ocupació qualificada.

Els esforços de Fira han anat en la bona direcció de contribuir a superar el difícil moment econòmic que ens ha tocat viure: més innovació, més internacionalització, excel·lència en el servei, desenvolupament tecnològic i ple suport a les iniciatives dels emprenedors i de les petites i mitjanes empreses.

També vull subratllar els esforços innovadors al voltant d'un saló pioner de gran significació per a la nostra ciutat, l'Smart City, centrat en l'aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació, en una aposta per la «ciutat intel·ligent» que prioritza l'estalvi energètic, l'eficiència i un nou model de mobilitat i de sostenibilitat. El saló, que ha obtingut èxit, presència internacional i bones perspectives per als propers anys, marxa en paral·lel als esforços de Barcelona i la seva àrea metropolitana per millorar l'urbanisme, els serveis i, en definitiva, la qualitat de vida de les persones.

És just que em refereixi també a la importància d'altres grans salons i congressos viscuts al llarg de 2011: el Saló Nàutic, molt arrelat a la nostra ciutat i que va celebrar els seus cinquanta anys; Construmat; Saló de l'Automòbil; Piscina BCN; Expoquímia; Graphispag; Bizbarcelona; EIBTM i Carbon Expo, entre molts altres. A més, per primera vegada va tenir lloc, a Barcelona i a Espanya, l'ITMA, l'esdeveniment més important del món sobre tecnologia tèxtil, una indústria ben lligada a la tradició econòmica catalana, i que esperem que pugui tornar a organitzar-se a la nostra ciutat.

Vinculació ciutadana

La vocació internacional de Fira de Barcelona s'ha vist reforçada al llarg de 2011 amb la decisió de sortir a l'exterior, avançant-se als reptes del mercat i de la globalització amb diversos projectes a Àsia i Amèrica Llatina, tant en el terreny de l'organització de salons com en l'oferta de serveis, tecnologia, gestió i assessorament a altres organitzadors i recintes.

Com a alcalde de Barcelona i president del Consell General de Fira de Barcelona, em complau comprovar com la institució compta amb una gran vinculació ciutadana. Avui més que mai les sinèrgies entre Barcelona i la seva Fira expressen la voluntat de treball compartit i de col·laboració, que ens ajuden a bastir ponts de confiança per guanyar el futur.

Referent mundial dels negocis



Francesc Xavier Mena

Conseller d'Empresa i Ocupació
de la Generalitat de Catalunya
i vicepresident primer
del Consell General de Fira de Barcelona

Un any més, Fira de Barcelona ha assolit amb escreix els seus objectius, i ho ha fet en un entorn macroeconòmic incert, en què el dinamisme firal d'altres indrets ha vist com la conjuntura actual es traduïa directament en una disminució de la seva activitat.

En aquest context, voldria destacar el valor doble de la feina feta per la institució firal el 2011, un any de gran activitat i que sens dubte ha contribuït a posicionar-la novament com a referent a escala mundial. Al llarg de l'any, ha organitzat 65 salons i esdeveniments, amb uns ingressos de més de 114 milions d'euros, xifra que suposa un increment del 2,3% sobre l'import pressupostat.

I és que Fira és un element tractor de l'economia catalana i una gran plataforma de negocis associada al valor de la marca Barcelona, cap i casal de Catalunya; el seu paper de suport a les empreses, a la seva internacionalització, innovació, creació de sinèrgies, cooperació... està perfectament alineat amb el full de ruta del Govern de la Generalitat per tal d'impulsar la competitivitat de la nostra economia.

En aquests moments d'incerteses econòmiques Fira de Barcelona ha intensificat els esforços dedicats a enfortir els salons, promoure el contacte entre expositor i visitant, i fomentar les trobades sectorials.

Àgores modernes

En aquest sentit, i especialment en aquests moments d'incerteses econòmiques, la institució ha intensificat els esforços dedicats a enfortir els salons, promoure el contacte entre expositor i visitant, i fomentar les trobades sectorials. I és que les fires i els salons són avui les nostres «àgores» modernes.

D'entre les moltes fires i salons que s'han celebrat durant el 2011 destaquen el Saló Nàutic, que ha arribat ja al seu 50 aniversari, a més de fites clau per a l'economia catalana com els salons de l'Automòbil, Construmat, Piscina BCN, Expoquímia, Bizbarcelona, Graphispag, Sonimagfoto... També voldria donar la benvinguda als nouvinguts al calendari firal, com el saló FM&BS, Facility Management and Business Services, que s'incorpora per donar resposta a les necessitats d'externalització de les empreses, i a l'Smart City, que posiciona internacionalment Fira de Barcelona i la ciutat en el camp dels serveis i les noves tecnologies urbanes.

Internacionalitat

Mereix un comentari especial els esforços de Fira per la internacionalització de la institució i de les empreses del país. Aquesta és una eina imprescindible per al creixement de les nostres empreses i la superació del moment actual. El Govern és i serà sempre un aliat de Fira de Barcelona i, per tant, donarem suport a aquesta estratègia.

Enguany, a més, ens hem de felicitar tots plegats per l'èxit assolit amb la consecució de la Mobile World Capital, un èxit comú de moltes persones i institucions, tant públiques com privades, resultat de la feina ben feta, que hem de saber aprofitar com a element tractor per a la reactivació econòmica i la creació d'ocupació a casa nostra, per atraure inversió i per situar encara més i millor Barcelona i Catalunya al món.

Impuls i lideratge de Fira de Barcelona



Miquel Valls i Maseda

President de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona i vicepresident segon del Consell General de Fira de Barcelona

Un any més, és el moment de fer balanç de les activitats desenvolupades per Fira de Barcelona durant el 2011: no podem obviar que ha estat un any difícil per a les empreses, marcat per una conjuntura econòmica especialment dura, que ha afectat directament l'activitat empresarial. Tot i aquest context desfavorable, el balanç de la institució és positiu, ja que ha pogut mantenir la seva activitat firal i ha tancat l'exercici amb uns ingressos de més de 114 milions d'euros, un 2,3% més respecte a pressupost de principis d'any. Pel que fa als esdeveniments, els recintes de Montjuïc i Gran Via han acollit 65 salons i congressos, així com prop de 50 esdeveniments més. En aquest sentit, es confirma el seu lideratge en fires professionals i industrials.

Impuls decisiu

Construmat, el Saló de l'Automòbil i el Saló Nàutic són algunes de les fires consolidades que han tingut lloc durant el 2011. Però m'agradaria aprofitar aquestes línies per destacar especialment l'elecció de Barcelona com a Mobile World Capital fins al 2018. Acollir aquest esdeveniment és una notícia excel·lent per a la ciutat i per a Catalunya, i per això des de la Cambra de Comerç de Barcelona volem felicitar i reconèixer el treball de tots els membres impulsors de la candidatura guanyadora.

Més enllà de la capitalitat, comptar amb el congrés mundial més important de telefonia mòbil és un impuls decisiu a l'economia del coneixement i al sector de les tecnologies digitals de la ciutat. Es calcula que l'última edició va tenir un impacte econòmic de 220 milions d'euros i va registrar 60.000 congressistes d'arreu del món. Serà, doncs, un impuls decisiu per a la marca Barcelona.

Treballar junts

La candidatura és fruit del treball conjunt que Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Fira de Barcelona i Turisme de Barcelona han dut a terme. La col·laboració públic-privada ha donat lloc a la creació d'una candidatura forta, amb vocació de lideratge en els esdeveniments firals a escala mundial, i que representa un exemple més que sabem anar plegats i treballar conjuntament per aconseguir un objectiu únic.

També m'agradaria destacar que, durant el 2011, Fira de Barcelona ha potenciat la internacionalització de la seva activitat. Això s'ha traduït en l'exportació de salons a d'altres ciutats, com és el cas d'Hostelco dins d'Hotelex, la principal fira asiàtica sobre equipament hotel·ler que se celebra a Xangai; i la previsió de celebrar Construmat China a Beijing.

Així mateix, ha aconseguit llançar nous salons, que se celebren per primer cop l'any 2012, com el Seafood Barcelona, de la indústria pesquera; l'Expomóvil Comercial, del sector dels recanvis, i MIHealth, el primer fòrum de gestió sanitària i innovació clínica. Són bons exemples de com la institució es posa al servei de les empreses i serveix de plataforma internacional per potenciar els diferents sectors del nostre país.

En aquests moments cal, més que mai, adaptar-se a la situació econòmica del moment i buscar les noves possibilitats de negoci que la conjuntura ofereix. Fira de Barcelona n'és un bon exemple.

Cal, més que mai, adaptar-se a la situació econòmica del moment i buscar les noves possibilitats de negoci que la conjuntura ofereix. Fira n'és un bon exemple.

Suport a les empreses i als sectors econòmics



Josep Lluís Bonet

President del Consell d'Administració de Fira de Barcelona

El balanç del 2011 ens aboca obligatòriament a referir-nos a l'impacte de la crisi que, amb tanta duresa i persistència, ha colpejat i colpeja les nostres empreses, especialment les petites i mitjanes, les institucions i part important de la societat.

Fira de Barcelona ha treballat un any més sense descans per plantar cara a la conjuntura i continuar fent costat a les empreses, els sectors i l'economia productiva. Assegurar el màxim compliment del calendari firal, facilitar la participació dels expositors en els salons i promoure els contactes amb els potencials compradors han format part d'una estratègia que es basa també, com hem explicat ja en altres ocasions, a avançar-nos a les necessitats del futur, amb més innovació i més internacionalització. Malgrat el context de dificultat, Fira va tancar l'exercici amb un augment de l'activitat i dels ingressos pressupostats en un 2,3%, fins a assolir els 114 milions d'euros.

Referent internacional

Cal subratllar de manera especial el significat que té que, durant l'estiu del 2011, Barcelona fos escollida, després d'un llarg procés, com a Mobile World Capital per al període 2012-2018, convertint-se, doncs, en ciutat de referència mundial per a la indústria de les comunicacions mòbils. Per a Fira significava, a més, el reconeixement a la seva tasca des que el 2006 va acollir per primer cop el Mobile World Congress.

La Barcelona Mobile World Capital serà centre d'un conjunt d'importantes iniciatives, començant pel propi congrés, que posen de manifest la importància tecnològica, social, cultural i econòmica de les comunicacions mòbils. La capitalitat donarà un notable impuls a la innovació tecnològica, a la creació de teixit industrial basat en el coneixement i l'ocupació d'alt nivell.

Es tracta, per tant, d'una aposta estratègica per a Barcelona, per a Catalunya i per a tot Espanya.

Fira treballa incansablement perquè Barcelona sigui una de les millors plataformes d'Europa per a grans esdeveniments que generin sinèrgies i activitat econòmica. Ens hi ajuda la suma de la potència de la marca Barcelona i l'experiència firal. A més del Mobile World Congress, ja esmentat, de Carbon Expo o EIBTM, salons d'indubtable pes mundial, Fira de Barcelona va acollir durant el 2011 la celebració de l'ITMA, la fira internacional més gran al voltant de la tecnologia tèxtil celebrada per primer cop a Espanya. Aquest gran esdeveniment va coincidir amb l'entrada en servei dels dos nous pavellons del recinte de Gran Via, que ara té 240.000 m² bruts de superfície expositiva i és vaixell insígnia de la nostra competitivitat en el camp firal europeu.

Hem de destacar també que al llarg del 2011 s'han celebrat salons de la importància del Saló Nàutic Internacional, que commemorava el seu 50è aniversari en un entorn molt complex, així com fires tan lligades al nostre desenvolupament com el Saló de l'Automòbil i Construmat, afectats per la conjuntura econòmica, però amb iniciatives i mesures per

contribuir a la reactivació. Això sense oblidar altres manifestacions tan destacades com el saló Piscina BCN, Expoquímia, Graphispag, Sonimagfoto, entre moltes d'altres.

Nous reptes

El 2011 es van incorporar a Fira de Barcelona salons que donen resposta a noves necessitats socials, econòmiques i empresarials i que formen part de l'estratègia innovadora de la nostra institució com FM&BS, Facility Management & Business Services, centrat en l'externalització dels serveis a les empreses, i Smart City Expo, un nou àmbit de debat sobre solucions innovadores i sostenibles per a les ciutats.

Durant l'exercici que comentem, es va avançar significativament en la decisió estratègica de donar un nou sentit a la dimensió internacional de Fira de Barcelona i els seus salons amb la presència a fires d'Àsia i Amèrica Llatina, especialment amb la voluntat d'oferir a les empreses del país un escenari dinàmic que contribueixi a la seva sortida a l'exterior i a contrarestar la caiguda de la demanda interna. La tradicional vocació internacional de Fira adquireix una nova perspectiva plena de possibilitats.

Les fires són institucions dinàmiques que canvien necessàriament per adaptar-se a nous requeriments. L'intercanvi comercial, el contacte humà que facilita l'entesa, la informació, la divulgació, el coneixement i el debat són peces inseparables del concepte de negoci. Però, a més, Fira de Barcelona té molt present la seva vinculació i servei al territori, el seu compromís amb les empreses, la ciutat i el país.

**Assegurar el màxim
acompliment del calendari
firal, facilitar la participació
dels expositors i potenciar
els contactes amb els poten-
cials compradors formen part
d'una estratègia que es basa
també a avançar-se a les
necessitats del futur.**

Òrgans de govern



Consell General

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

Vicepresident 1r

Francesc Xavier Mena i López

Vicepresident 2n

Miquel Valls i Maseda

Vocals

M. Àngels Barbarà i Fondevilla

Albert Carrerras de Odriozola

Josep Cercós i Martínez

Enric Enrech i Artal

Alberto Fernández Díaz

Joan Gaspart i Solves

Marc Guerrero i Tarragó

Núria Marín i Martínez

Jordi Martí Grau

Josep Morell i Miró

Jordi Portabella i Calvete

Pau Relat i Vidal

Pau Villòria i Sistach

Secretari general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Consell d'Administració

President

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Vocals

Núria Basi i More

Luis Conde Möller

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Pedro Fontana García

Enrique Lacalle Coll

Miquel Martí i Escursell

Secretari general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Comitè Executiu

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Director d'Expansió

Pere Camprubí i Nieto

**Director de Relacions
Institucionals, Protocol
i Gabinet de Presidència**
Emili Farrerons i Pascual

Directora de Recursos Humans

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Director d'Administració i Finances

Salvador Fosalba i Auró

Directora de Comunicació

Amparo Losada Torres

Director Comercial

Albert Planas i Riera

Director d'Operacions i Atenció als Clients

Salvador Tasqué i Díez

Director de Negoci Internacional

Ricard Zapatero i Camps

RECINTES I SUPERFÍCIE

405.000_{m²}

bruts de superfície expositiva, una de les més grans d'Europa,
distribuida en dos recintes



MONTJUÏC

165.000 m²

bruts expositius, 50.000 dels quals exteriors

GRAN VIA

240.000 m²

bruts expositius



Balanç 2011



Potent plataforma firal

Un any més, els resultats i l'activitat de Fira de Barcelona s'han d'emmarcar en el context general de crisi que afecta les empreses i les institucions. Durant el 2011, la situació econòmica ha tingut conseqüències sobre la majoria dels sectors i ha afectat especialment les petites i mitjanes empreses que formen el gruix del teixit productiu del país.

Tot i el complex panorama, Fira no solament va assolir el pressupost previst per al 2011 sinó que el va superar gràcies a la diversificació de l'activitat i al grau d'eficiència aconseguit, lligats lògicament als esforços de contenció de despesa. Els 111,5 milions estimats d'ingressos per a l'exercici es van convertir finalment en 114 milions, amb un increment del 2,3%.

L'Ebidta va ser d'11,1 milions d'euros, en la línia del que s'havia previst.

La principal preocupació de la institució firal va ser actuar amb mesures concretes de suport a les empreses i els sectors, fet que contribueix a l'economia de Barcelona i el seu entorn. Les activitats organitzades a Fira tenen un impacte sobre el territori estimat en uns 2.500 milions d'euros.

Un dels objectius principals va ser assegurar el pràctic compliment del calendari firal, ja que els salons industrials i professionals són eines contra la crisi. L'any es va caracteritzar també —com es veurà amb més detall— per la incorporació de nous salons i el reforçament del paper de Fira com a important plataforma internacional,

El 2011 es van incorporar nous salons i es va consolidar el paper de Fira com a important plataforma internacional.



amb congressos i esdeveniments de grans dimensions, generadors d'activitat econòmica, de coneixement i d'oportunitats per a les empreses del país.

Amb aquestes mesures, Fira va continuar desplegant, en efecte, un conjunt d'iniciatives que formen part del seu Pla Estratègic, posat al dia el 2010 sota la denominació conceptual de «Nova proposta de valor», centrades en l'enfortiment dels salons propis, la innovació dels productes firals, el foment dels contactes entre expositors i visitants a través de les noves eines tecnològiques, la major valoració de la figura del comprador, la importància del coneixement i el desenvolupament d'un nou concepte de negoci internacional. Fira entén que per lluitar contra la crisi cal avançar-se als requeriments dels mercats i actuar des d'una perspectiva global.

En aquest sentit, va seguir reforçant la seva activitat comercial amb contactes personalitzats amb els potencials expositors, oferint solucions a mida de les necessitats de les empreses per a cada tipus de saló. Es van realitzar 4.800 visites i més de 20.200 contactes telefònics, amb un alt grau d'efectivitat. Així mateix, es va treballar en estret contacte amb les associacions patronals, assegurant línies de finançament i duent a terme un actiu paper d'interlocució amb l'Administració.

Igualment, es va seguir apostant per les noves tecnologies, l'increment d'ús del comerç electrònic i el potenciament de les xarxes socials, el web corporatiu i de salons i, en general, totes les tecnologies d'informació i comunicació com a importants eines de relació, interactivitat i negoci. El web corporatiu de Fira va rebre prop de 600.000 visites.



Fira va continuar desplegant iniciatives per enfortir els salons propis i la innovació.

Salons innovadors

Es van celebrar 65 salons i esdeveniments i es va mantenir globalment, com hem asse-nyalat, el calendari firal, fet que ha donat l'oportunitat a les empreses d'estar presents a les trobades dels sectors i a crear possibilitats de negoci.

Alguns dels salons més característics de Fira de Barcelona es van veure condicionats per la crisi, com també els seus respectius sectors industrials. És el cas del Saló Nàutic, gran aparador de la indústria nàutica espanyola, que celebrà el 50è aniversari de la seva creació; el Saló Internacional de l'Automòbil, que va fer un gran esforç per contribuir a dinamitzar les vendes i Construmat, que es va convertir en la veu del sector per tal de dibuixar alternatives de futur. El «Manifest Construmat» va voler cridar l'atenció de les administracions sobre la necessitat de prendre mesures de cara a la reactivació de la construcció i de l'obra civil.

Durant el 2011, es van organitzar també altres esdeveniments de la importància i el ressò del Mobile World Congress, EIBTM, Carbon Expo, ITMA, The Brandery, Graphispag, Sonimagfoto, Piscina BCN, Expoquímia, Saló del Còmic, Turisme, Bizbarcelona, BCN Bridal Week i BcnRail, entre molts d'altres. Els salons i els esdeveniments celebrats als recintes de Fira van congregar més de 2,5 milions de visitants.

Un dels grans esdeveniments del 2011 va ser, sens dubte, l'ITMA, la fira més important del món sobre tecnologia tèxtil, que va ocupar la pràctica totalitat del recinte de Gran Via i en la qual van participar 1.350 empreses de 45 països i va rebre més de 100.000 visitants de tot el món. Malgrat la importància que històricament ha tingut la indústria tèxtil al país, era la primera vegada que se celebrava a Espanya. Les institucions públiques i les organitzacions professionals del sector tenen la voluntat que aquest gran esdeveniment torni a Fira de Barcelona.

El llançament de salons, com l'Smart City Expo, mostra la capacitat de resposta de Fira davant noves necessitats.





Prèviament a la celebració de l'ITMA, van entrar en funcionament els dos nous pavellons 5 i 7 del recinte de Gran Via, que ara arriba ja als 240.000 m² de superfície bruta expositiva i es consagra com un dels més grans i moderns recintes firals europeus. A més dels pavellons, també es van posar en marxa nous equipaments congressuals, en concret dos centres de conferències amb 14 sales i 1.150 places, i un Business Center.

Dins de la seva política d'expansió, al llarg del 2011 es va posar de manifest el dinamisme de Fira, amb el llançament de salons que responen a noves demandes empresarials i socials, seguint una pauta que és ben característica en la història de la institució firal. Ens referim en concret a Facility Management and Business Services, que dóna resposta a les necessitats d'externalització

de serveis i activitats per part de les empreses, i a l'Smart City Expo World Congress, centrat en les tecnologies de la informació i la comunicació al servei de ciutats intel·ligents, contribuint a la seva eficiència i a una més alta prestació de serveis. El saló es va tancar amb una destacada presència internacional i bones perspectives per a les properes edicions.

Cal assenyalar també que, durant el 2011, Fira es va fer càrrec de l'organització de Barcelona Degusta, saló gastronòmic dedicat al consumidor final, fins aleshores liderat per Alimentaria Exhibitions –joint venture entre Fira i Reed Exhibitions–. També es va arribar a un acord per organitzar el Fòrum Dental del Mediterrani, que tornarà a celebrar-se el 2013 amb voluntat d'assolir més dimensió internacional.

ITMA, la fira més important del món sobre tecnologia tèxtil, va atraure 1.350 empreses de 45 països.

A més dels que ja hem comentat, Fira va acollir diversos salons de caire internacional que se celebren de manera rotatòria a grans ciutats europees i que són líders en la seva respectiva especialitat: és el cas de Snackex, dedicat al sector dels snacks, i de Glassman, especialitzat en la indústria del vidre.

Pel que fa als congressos, cal subratllar per la seva importància científica i la seva repercussió, entre d'altres, el de Bioquímica i Biologia Molecular i la Conferència Internacional d'Epidemiologia Ambiental. Així mateix, es van celebrar prop de 50 activitats diverses —corporatives, institucionals, comercials, esportives, rodatges publicitaris, etcètera— i més de 450 activitats en el marc dels salons que van tenir lloc a Fira: congressos, jornades, seminaris i activitats culturals i de formació.

Durant l'exercici es va anunciar que Fira de Barcelona acollirà des del 2012 Seafood Barcelona, fira dedicada als productes del mar, rèplica de l'European Seafood Exposition que té lloc a Brussel·les. L'organitzarà Alimentaria Exhibitions i es convertirà presumiblement en un dels més importants certàmens de la indústria alimentària i pesquera de l'àrea mediterrània. Així mateix, es va treballar en la preparació de nous esdeveniments i salons per al 2012 com són MIHealth, fòrum sobre gestió i innovació en l'àmbit sanitari, i Expomóvil Comercial, especialitzat en el sector de postvenda de l'automòbil.

És important assenyalar la posada en marxa del programa «Fira Innova», que permet, a través de la participació de la plantilla de la institució, identificar idees per a la creació de nous salons o descobrir noves oportunitats en els certàmens ja existents.

Capitalitat del mòbil

El desenvolupament del negoci internacional constitueix, per definició, uns dels aspectes centrals de la política de Fira de Barcelona.

La institució té actualment una xarxa de delegacions a l'exterior amb representació a 36 països. Els salons professionals tenen un 46% d'expositors internacionals i un 31% de visitants també de l'exterior.

Situades les dades, cal dir que durant el 2011 es va continuar treballant per la potenciació de Barcelona com una de les grans plataformes firals d'Europa, sumant-hi nous salons i nous esdeveniments internacionals. El pes de la ciutat, el valor de la marca Barcelona i l'experiència de Fira constitueixen una garantia per a empreses i organitzadors.

L'aspecte més remarcable al llarg de l'any va ser no solament la continuïtat del Mobi-





La designació de Barcelona com a Mobile World Capital va ser un dels aspectes més remarcables de l'any.

le World Congress sinó també la designació de la ciutat com a Mobile World Capital per al període 2012-2018.

El juliol del 2011, Barcelona, que competia amb Milà, Munic i París en la fase final, va ser escollida Mobile World Capital, marc de referència de les comunicacions mòbils a escala mundial. D'aquesta manera va culminar un llarg procés que posa novament en valor el «model Barcelona», basat en el consens institucional i el treball conjunt de la iniciativa pública i privada.

En escollir la capital catalana, la GSM Association —que representa els interessos dels operadors de comunicacions mòbils de tot el món i de les empreses que formen part de l'ampli ecosistema mòbil— va tenir en compte, indubtablement, l'experiència i la feina organitzativa duta a terme per Fira en el marc del Mobile World

Congress, la gran trobada anual internacional del sector, que té lloc a la Ciutat Comtal des del 2006.

El projecte de Mobile World Capital, en fase de desplegament, és una oportunitat única de convertir Barcelona en *hub* mundial del sector de les comunicacions mòbils, en laboratori de les seves aplicacions a l'empresa i a la vida quotidiana dels ciutadans. Ha de possibilitar la creació de nou teixit industrial i d'ocupació de qualitat, ja que és una oportunitat no solament per a les grans companyies sinó també per a emprenedors i petites i mitjanes empreses.

La Mobile World Capital està gestionada per una fundació formada inicialment pel Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona, Fira de Barcelona i GSMA, i està oberta a la participació empresarial.

Ajudar les empreses a sortir fora

Dins de la seva nova estratègia d'ajudar les empreses catalanes i espanyoles a obrir nous mercats a fora i de posicionar-se en el sistema firal internacional, durant el 2011 es va preparar la sortida a l'exterior de salons i activitats de Fira de Barcelona. D'aquesta manera es compleix la voluntat d'avançar-se als reptes del mercat i de la globalització.

En tancar aquesta memòria, durant la primavera del 2012, una representació d'empreses d'Hostelco —saló dedicat a hoteleria, restauració i col·lectivitats— havia participat en la fira Hotelex de Xangai i s'havia celebrat també una rèplica del saló de moda The Brandery en el marc de Blueprint a Singapur.

Així mateix, s'estava treballant en la celebració de Delicioso Spain, un nou saló sobre gastronomia, enologia i restauració espanyola, a la tardor, en el marc de Wine for Asia de Singapur, i en la possibilitat de celebrar Construmat China a Beijing el 2013, juntament amb la China Building Exhibition Company, organisme especialitzat del govern xinès.

D'altra banda, s'estudien altres iniciatives a Rússia i es mantenen converses amb diversos organitzadors firals d'Amèrica Llatina per a la possible prestació de serveis de consultoria.

La institució firal barcelonina va seguir apostant durant el 2011 per desenvolupar una activa política de sostenibilitat mediambiental, reciclatge i eficiència energètica de les seves instal·lacions com

Fira treballa per avançar-se als reptes del mercat i la globalització.





Durant el 2011 es van fer grans passos per preparar la sortida a l'exterior de salons i activitats firals.

En el marc de la seva responsabilitat social corporativa, Fira va seguir desenvolupant una política activa de sostenibilitat mediam-biental, reciclatge i eficiència ener-gètica en les seves instal·lacions i va col·laborar amb diverses orga-nitzacions ciutadanes com una contribució solidària necessària.

a part inseparable de la seva responsa-bilitat social corporativa. Tanmateix, va col·laborar amb diverses organitzacions ciutadanes com a contribució necessària a la solidaritat, sobretot en moments de gran dificultat per a moltes persones i famílies.

Al llarg del 2011, Fira va mantenir una intensa relació amb les institucions i administracions del país, que es va fer explícita amb motiu de les inauguracions i actes celebrats en el marc de salons i esdeveniments. Per la seva banda, la política de comunicació corporativa i de salons va contribuir a difondre els plan-tejaments estratègics i les activitats de l'entitat entre amplis sectors empresarials, professionals i socials.

Durant el 2011 es van incorporar nous salons i es va reforçar el paper de Fira com a plataforma internacional amb grans esdeveniments generadors d'activitat econòmica, coneixement i oportunitats per a les empreses.



Fira és aparador de nous productes i tendències

INTERNACIONALITAT
SALONS PROFESSIONALS

46%

expositors estrangers

31%

visitants estrangers

TIPUS
DE SALONS

61%

professionals

26%

de públic

13%

mixtos

SUPERFÍCIE OCUPADA
PELS SALONS

75%

professionals

25%

de públic i mixtos

ESDEVENIMENTS

65

salons i congressos

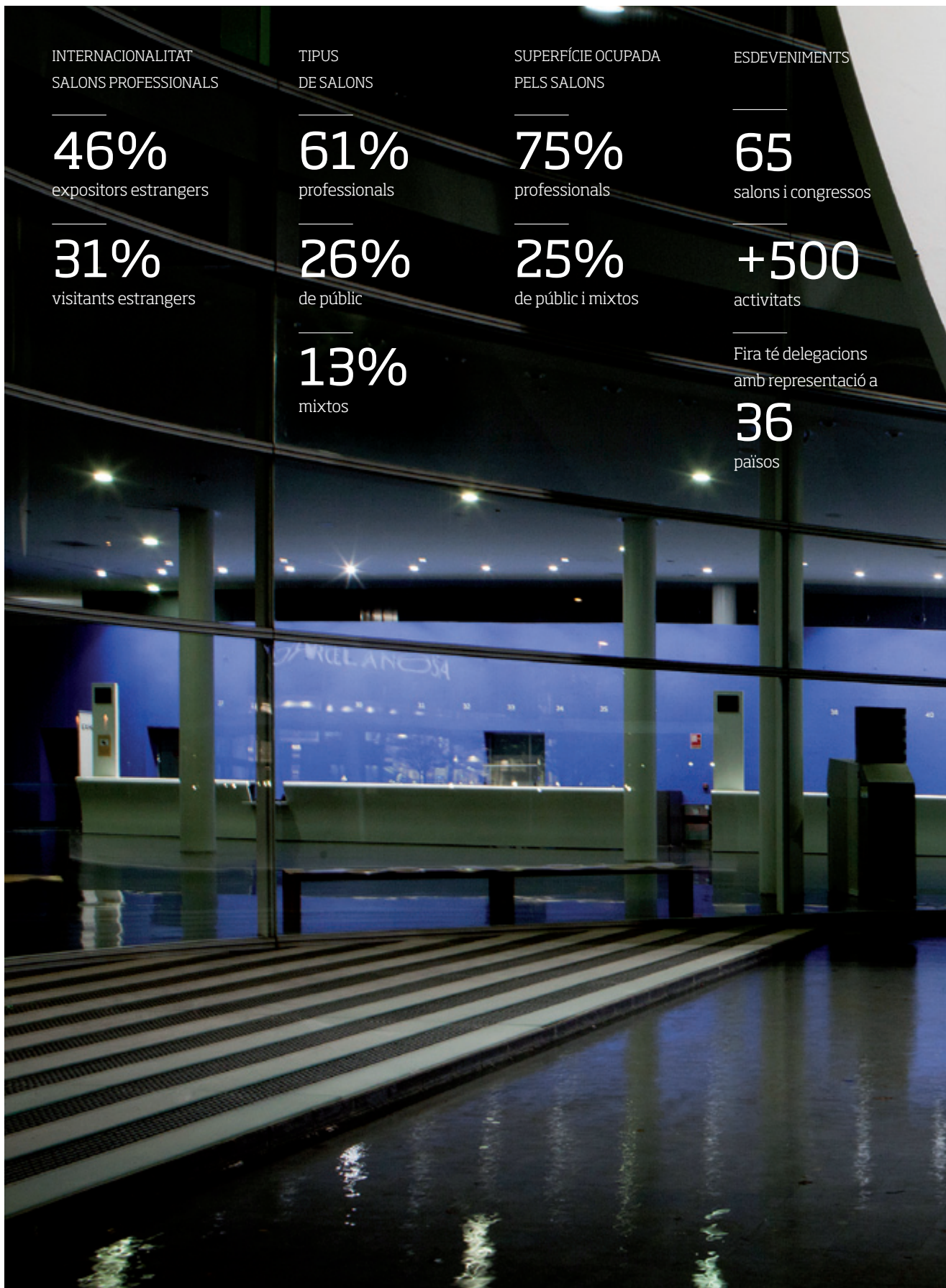
+500

activitats

Fira té delegacions
amb representació a

36

països





Salons

-
- La superfície dels salons s'ofereix, tret d'excepcions, en metres quadrats bruts.
 - El concepte d'expositors engloba també les empreses representades que no participen directament en un certamen.
 - Llevat d'una altra indicació, s'entén que els salons o esdeveniments han estat organitzats per Fira de Barcelona.

Presidents de salons

Alimentaria

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Automòbil

Enrique Lacalle Coll

Barcelona Meeting Point

Enrique Lacalle Coll

BcnRail

Xavier Vizcaíno Muñoz

Bizbarcelona

Sònia Recasens i Alsina

Bta

Llucià Casellas i Puig

Caravaning

Ramon Nuez Pérez

Construmat

Josep Miarnau Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

Equiplast

Bernd Roegel Greineisen

Eurosufas

José Luis Diloy i Barrio

Expominer

Eudald Carbonell i Roura

Expoquímia

Rafael Foguet i Ambrós

Expo Ecosalud

Jordi Sagrera i Ferrándiz

FM&BS

Enric Alonso i Lorente

Globalgeo

Lluís Sanz i Marco

Graphispag Digital

Rafael Farrés i Ferrer

Hispack

Javier Riera-Marsà i Bonmatí

Hostelco

Jordi Roure i Boada

Infarma

Jordi de Dalmases i Balañà

Infància

Helena Rakosnik i Tomé

Liber

Javier Cortés i Soriano

Maquitech

Josep Morell i Miró

Setmana Internacional de l'Animal de Companyia

Paolo Ongari

MIHealth

Josep M. Piqué Badia

Nàutic

Luis Conde Möller

Ocasión

Jaume Roura Calls

Piscina

Eloi Planes i Corts

SIL

Enrique Lacalle Coll

Smart City Expo

Ramon Roca i Enrich

Sonimagfoto & Multimedia

Enric Galve

Turisme

Raimon Martínez Fraile



Antiquaris Barcelona

Saló d'Art Antic i Modern

12-20/Març

Montjuïc. 35a edició

Cita ineludible per als amants i professionals del col·leccionisme, Antiquaris va proposar un fascinant viatge a través de 6.000 anys d'història de l'art.

La mostra va exhibir més de 10.000 obres de totes les èpoques i estils —medievals, clàssiques, modernes, contemporànies i ètniques—, i d'artistes tan rellevants com Picaso, Dalí, Rodin, Sorolla, Barceló, Miró, Tàpies, Valdés, Boter, Rusiñol, Nonell, Casas, Guinovart, San Francis, Hernández Pijuan, Ràfols Casamada, Plensa i Chillida, entre d'altres.

Els més de 25.000 visitants que va acollir el saló van poder gaudir d'una àmplia varietat de peces de pintura, gravats, litografies, dibuixos, escultures, alta joieria, tapissos, mobiliari i numismàtica per a tots els gustos i pressupostos.

Amb l'objectiu de seduir els joves aficionats a l'art que volen iniciar-se en el món del col·

leccionisme, es van posar a la venda nombroses obres de qualitat a preus per sota dels 3.000 euros.

Entre les creacions exposades, seleccionades per un comitè d'experts, van destacar una imatge de Venus prehistòrica de les illes Cíclades del mar Egeu, diverses escultures dels temps de l'imperi romà i de la dinastia persa, talles romàniques i gòtiques, un buda de la regió de Gandhara, màscares tribals africanes i peces de Gaspar Homar (figura clau en la recuperació de les arts decoratives i del Modernisme català), així com d'artistes contemporanis com Julian Opie, Marina Núñez, Xavier Mascaró i Joan Fontcuberta.

+info www.antiquarisbcn.com

Superfície

13.000 m²

Expositors

50

Caràcter

Professional i públic

Organitza

Flaqué Internacional
i Fira de Barcelona

+10.000
obres exposades

6.000
anys d'història
de l'art



Auto Retro Barcelona

Exposició de Cotxes i Motocicletes de Col·lecció

3-6/Desembre

Montjuïc. 28a edició

Al saló internacional barceloní de l'automòbil, la motocicleta, l'aviació i la nàutica clàssica, es van exhibir uns 600 vehicles i molts altres articles, presentats per prop de 300 expositors de vuit països. La mostra, convertida en un referent al sud d'Europa, va tenir més de 55.000 assistents.

En aquesta edició va destacar la participació de Seat i Nissan, els dos fabricants d'automòbils establerts a Catalunya, que van donar el seu suport al sector del vehicle clàssic. Seat va mostrar l'evolució de la marca en el segment de vehicles urbans, mentre que Nissan va exhibir una col·lecció d'esportius de la sèrie Z.

També va ser rellevant la participació del Mercedes-Benz Club España, que va exhibir, entre altres models, el tricicle amb què fa 125 anys va arrancar la marca alemanya. Així mateix, s'hi van poder admirar joies com el Jaguar E-type, el BMW M3, els Mustang Sedan i el

microcotxe BCB, projectat a principis dels anys 50 per tècnics de Montesa.

En el marc d'Auto Retro, es va commemorar el cinquantenari de la mítica motocicleta Montesa Impala 175, amb una concentració i un recorregut de més de 100 exemplars del model per Montjuïc, i es van homenatjar diversos referents del món del motor, com l'expilòt i periodista Jaume Alguersuari, el preparador i pilot Ramón López, el carrosser Pedro Serra i el fotògraf Joan Aymamí.

Com és habitual, es va celebrar el mercat de recanvis, accessoris i peces, el popular Car Corral, on es van posar a la venda vehicles clàssics. Un altre atractiu va ser la Copa Moritz Seat 600 de Slot, disputada en una pista gegant, rèplica del traçat de Montjuïc.

+info www.autoretro.es

Superfície

30.000 m²

Expositors

300

Caràcter

Públic

Activitats

Homenatges, presentacions, proves, concentracions

Organitza

Promobil Group

600

vehicles exposats

+100

motocicletes Montesa
Impala celebren 50 anys



Saló Internacional de l'Automòbil de Barcelona

14-22/Maig

Montjuïc. 36a edició

Fidel a la seva cita biennal, el Saló Internacional de l'Automòbil es va celebrar en un entorn particularment complex per a l'automoció, i va confirmar el seu estatus com un dels més destacats aparadors del sector i un dels seus principals motors econòmics.

La gran afluència de públic, més de 900.000 visitants, i l'important volum de vendes van subratllar una vegada més el pes de l'esdeveniment com a gran dinamitzador del mercat. A més, la coincidència del saló amb el Gran Premi d'Espanya de Fórmula 1 en el Circuit de Catalunya de Montmeló van tornar a convertir Barcelona en la capital mundial del motor.

Els visitants van poder gaudir dels models exposats per les 35 marques presents, incloses les primícies mundials, europees i nacionals. Van destacar el Hyundai i40 Sedán, en premissa mundial, tres novetats europees

(Audi Q3, Hyundai Elantra i Volkswagen Beetle) i 30 nacionals.

Entre els vehicles presentats van figurar diversos models de fabricació espanyola, com el ja esmentat Audi Q3 (la producció del qual s'efectua a la factoria de Seat de Martorell), el Renault Twizy o la Nissan NV200 Evalia.

Per primera vegada, es van poder veure i adquirir vehicles elèctrics al saló. La importància de la mobilitat sostenible va ser tan gran que es va dedicar un pavelló temàtic al cotxe elèctric, en el qual també van estar presents empreses que desenvolupen tecnologies com infraestructures de recàrrega o sistemes d'emmagatzematge.

El programa d'activitats del certamen va incloure demostracions de frenada automàtica en ciutat, els tradicionals boxs per provar els vehicles de les diverses marques, pistes de

Superfície

200.000 m²

Expositors

85 / 35 marques

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Premis, jornades tècniques, conferències, exposicions, demostracions, circuits

34

novetats

Un pavelló

dedicat al vehicle elèctric

La coincidència del saló amb el Gran Premi d'Espanya de Fórmula 1 en el Circuit de Catalunya, de Montmeló, va convertir Barcelona en la capital mundial del motor

conducció 4x4, una concentració de vehicles esportius i la sortida del ral·li de cotxes d'època «País del Cava».

Així mateix, el Saló de l'Automòbil de Barcelona va acollir un ampli ventall de jornades tècniques, conferències i activitats per als professionals del sector, entre elles la 8a. edició dels Premis Saló Internacional de l'Automòbil, organitzats conjuntament amb la Societat de Tècnics d'Automoció.

Igual que en edicions anteriors, els dos dies previs a l'obertura del saló al gran públic (12 i 13 de maig) es van reservar per a premsa i professionals, i també va celebrar-se una nova edició de la Nit de l'Automòbil, la gran festa barcelonina del motor que va reunir a

personalitats de la política, l'empresa i la societat.

El saló compta amb el suport de les dues associacions espanyoles d'automoció més importants: l'Associació Espanyola de Fabricants d'Automòbils i Camions (ANFAC) i l'Associació Nacional d'Importadors d'Automòbils, Camions, Autobusos i Motocicletes (ANIACAM); a més, es tracta de l'únic saló a Espanya reconegut internacionalment per la Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA).

+info www.salonautomovil.com





Barcelona Bridal Week

Noviaespaña / Passarel·la Gaudí Núvies

10-15/Maig

Gran Via. 21a edició

El recinte de Gran Via va tornar a vestir-se de blanc amb la Barcelona Bridal Week, una de les cites més importants del món en moda nupcial. Al llarg de cinc dies, s'hi van mostrar les últimes tendències en vestits de núvia, de cerimònia i festa, així com complements de les marques més importants, i el van visitar prop de 15.000 compradors, el 60% procedent de l'estranger. Amb la participació de 240 expositors, un 4% més que el 2010, aquesta trobada va confirmar la seva importància com a centre de negoci i promoció internacional de la moda nupcial espanyola. El nostre país és el segon exportador mundial, darrere de la Xina.

En el marc de la Barcelona Bridal Week es va celebrar el Saló Internacional Noviaespaña, que va exhibir les novetats dels millors fabricants del país en moda per a núvia, nuvi i cerimònia. Hi va destacar també la presència de firmes estrangeres procedents dels Estats

Units, el Brasil, el Regne Unit, Mèxic, Turquia, Portugal, Itàlia, França, Xipre, el Líban, Polònia, Holanda, Alemanya, Bèlgica i Corea del Sud.

Per la seva banda, la Passarel·la Gaudí Núvies, seguida per més de 14.000 assistents, va organitzar 27 desfilades, en què es van presentar, a través d'escenografies impactants, les noves propostes de marques de prestigi com Rosa Clará, Jesús del Pozo, Jesús Peiró, Victorio & Lucchino, Yolan Cris, Inmaculada García, Lee Seung Jin, Francis Montesinos i Pronovias. L'aposta dels dissenyadors per la creativitat i la qualitat van marcar l'esdeveniment, que cada any es consolida com el gran aparador internacional de la moda per a núvies.

+ info www.moda-barcelona.com

Superfície

30.000 m²

Expositors

240

Caràcter

Professional

Activitats

Desfilades

Organitza

Flaqué Internacional

27

desfilades

60%

compradors
estrangers



Barcelona Degusta

Saló d'Alimentació per al Consumidor

02-04/Desembre

Montjuïc. 4a edició

Barcelona Degusta, el saló de l'alimentació per al consumidor i canal especialitzat, va deixar un bon regust entre els expositors participants i les prop de 27.000 persones que el van visitar. Es calcula que més del 80% dels assistents va adquirir algun producte al certamen, on es van servir 80.000 tapes en tres dies.

El saló va permetre conèixer productes alimentaris d'alta qualitat i noves *delicatessen*, com mel de trufa, conserves d'eriçó de mar, pa de vi, flors de fruites, formatge de cervesa o un gintònic 100% català, entre altres centenars de propostes del nostre país i de l'estranger. En aquesta ocasió, empreses de Portugal, Itàlia, França, Holanda i Indonèsia van aprofitar la fira per acostar nous gustos al públic barceloní.

La zona Mercats de Barcelona, amb l'oferta de plats preparats, entrepans singulars i

altres especialitats, i el «Bulevard dels Restaurants» –on es van poder degustar les tapes exclusives que els xefs de vuit reconeguts establiments de Barcelona van elaborar amb motiu del saló– van ser dues de les zones amb més públic.

El certamen va acollir més de 60 activitats, entre demostracions, conferències i presentacions de llibres, que van tenir lloc a l'Àgora, les Aules del Gust, els *Show cookings* de l'estand de Catalunya i la Llibreria Gastronòmica de la botiga Fnac. També van tenir molt de seguiment les proves del Trofeu Lluís Santapau per escollir el millor mestre xocolater de l'any, guardó que finalment es va atorgar al pastisser Raúl Bernal.

+info www.barcelonadegusta.com

Superfície

13.400 m²

Expositors

161

Caràcter

Públic

Activitats

Conferències, demostracions, taules rodones, tastos, degustacions, Trofeu Lluís Santapau

+60

activitats

80.000

tapes servides en 3 dies



Barcelona Meeting Point

Saló Immobiliari Internacional

19-23/Octubre

Montjuïc. 15a edició

Barcelona Meeting Point, on es van donar cita expositors de 19 països, va demostrar un cop més la seva condició d'esdeveniment de referència del sector immobiliari espanyol. Segons l'organització, en cinc dies de certamen, els expositors van posar a la venda immobles que portaven diversos mesos sense trobar comprador. La trobada es va convertir, en efecte, en un gran aparador que oferia al visitant interessat moltes oportunitats per fer-se amb un habitatge nou en les millors condicions del mercat en uns moments especialment complexos per al sector immobiliari.

Al saló professional van acudir més de 25.000 experts del sector. L'edició va disposar també d'un espai dedicat al gran públic, en què els agents de la propietat immobiliària de l'àrea metropolitana de Barcelona van donar a conèixer una important oferta d'habitatge a la zona District Point. D'altra banda, va destacar el Simpòsium, fòrum de debat en què va partici-

par l'actual ministre d'Economia i Competitivitat, Luis de Guindos, en qualitat de director del Centre Financer de PricewaterhouseCoopers.

Rússia va ser el país convidat, amb motiu de l'Any Dual Espanya-Rússia, que va servir per incrementar i dinamitzar les relacions entre ambdós països. El viceprimer ministre rus, Alexander Zhukov, i la llavors secretària d'Estat d'Habitatge i Actuacions Urbanes, Beatriz Corredor, van participar en el clúster Russian Meeting Point i van animar els inversors russos a adquirir habitatges de vacances al nostre país.

El saló va comptar amb la participació, per primera vegada, del Col·legi d'Arquitectes de Catalunya. Una trentena d'estudis catalans van mantenir reunions de treball amb la delegació russa.

+info www.bmps.com

Superfície

25.000 m²

Expositors

265

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Conferències, jornades, premis

Organitza

Consorci de la Zona Franca

30

estudis d'arquitectura
participants

19

països presents



BcnRail

Saló Internacional de la Indústria Ferroviària

29/Novembre - 02/Desembre

Gran Via. 3a edició

La nova edició de BcnRail, que es va celebrar de manera conjunta amb la primera convocatòria de l'Smart City Expo al pavelló 2 del recinte de Gran Via, va suposar la plena consolidació d'aquest saló com el gran esdeveniment firal de la indústria ferroviària espanyola.

Més de 6.800 professionals del sector van visitar el certamen, que va apostar per l'augment de la internacionalització com a valor afegit, per ajudar així les empreses a accedir a nous mercats. Per fer-ho, BcnRail va oferir diversos *workshop* internacionals, en què es van donar a conèixer els plans inversors en infraestructures ferroviàries del Brasil, Turquia, Algèria, Rússia i l'Índia. Entre els expositors hi havia empreses de França, Bèlgica, Alemanya, el Regne Unit, Suïssa, Àustria, Itàlia i l'Argentina, a més d'Espanya.

BcnRail va potenciar també el seu vessant congressual amb la celebració del I Fòrum

Internacional Ferroviari, en el qual van participar ponents nacionals i internacionals de primer ordre. S'hi van tractar qüestions tan rellevants com la connexió d'Espanya amb la Xarxa Europea de Transports.

El saló, convertit en portaveu del sector, va reivindicar la potenciació de les concessions público-privades per plantar cara als projectes d'inversió en infraestructures ferroviàries previstes, que començaven a posar-se en qüestió com a conseqüència de les retallades aplicades a causa de la crisi. Per al sector, la política de concessions és una molt bona eina de treball que permet prosseguir amb el calendari d'obres programades, independentment de la situació econòmica.

+info www.bcnrail.com

Superfície

9.000 m²

Expositors

123

Caràcter

Professional

Activitats

I Fòrum Internacional Ferroviari, BcnRail Innova, *workshops* internacionals, reunions del Cercle d'Infraestructures; Jornada Internacional d'Associacions de Clústers

9

països presents



The Brandery

Saló de la Moda Urbana i Contemporània

26-28/Gener - 13-15/Juliol

Montjuïc. 4a i 5a edició

El saló de moda urbana i contemporània The Brandery, organitzat per Fira amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona, va celebrar el 2011 dues edicions clau que van marcar la seva evolució com a plataforma multisectorial de tendències i van mantenir el *corebusiness* centrat en el negoci de les marques de moda.

El gener, amb el lema «Chances for Changes», que apuntava a les oportunitats de negoci i als canvis que porten associats, el saló va estrenar la seva passarel·la, on 22 de les 147 firmes participants van presentar les seves novetats.

Entre els atractius del saló també van destacar la zona Fashion&Living i l'exposició «Fashion&Sport», on es van exhibir objectes d'ús quotidià relacionats amb l'esport dissenyats per les més prestigioses firmes de moda internacional, com Yves Saint Laurent,

Jean Paul Gaultier i Armani. El disseny també va disposar d'un espai privilegiat a la zona HabitatDesign, que va reunir objectes de Nani Marquina, BD Barcelona i Santa & Cole.

A la zona urbana es van desenvolupar moltíssimes activitats: l'exposició «Shoot'nthe City», amb 50 fotografies d'autors d'anomenada, ubicada al passeig de Gràcia; la mostra «Fashion Tour Coca-Cola Light»; i el concurs d'aparadorisme «Window on the Move», en què van participar més d'un centenar de botigues de Barcelona.

The Laundry, el laboratori d'idees de The Brandery, va congrega a *coolhunters*, *bloggers* i experts del sector, com Isabel Mesa, directora a Espanya i Portugal de la companyia líder en anàlisi i predicció de tendències *on-line*, Worth Global Style Network, i Javier Nieto, professor de les escoles EINA i ESADE i president del grup Santa & Cole, que van analitzar diferents vessants del món de la moda.

Superfície

25.500 m²

Expositors

147 (gener) i 145 (juliol)

Caràcter

Professional (gener)

Professional i públic (juliol)

Activitats

Jornades tècniques, exposicions, esdeveniments, concerts, desfilades

+160

trobades

40

desfilades en l'edició de tardor

Va congregar
centenars de
bloggers i
coolhunters
i es va traslladar
la moda al carrer
amb exposicions,
concerts
i desfilades
en les quals
van participar
grans firmes

L'edició d'estiu va comptar amb 145 marques, el 47% de les quals internacionals. En aquest context de dificultat econòmica, el saló va voler donar suport al sector convidant distribuïdors i directius amb alt potencial de compra a participar en trobades ràpides amb les marques Expositors. Es van realitzar 168 *speeddating* entre 50 firmes i 13 grups d'11 països, com El Corte Inglés, la cadena alemanya Peek&Cloppenburg, l'importador de roba femenina dels Estats Units St. Marteen i la cadena russa Be Fashion.

A més, l'estrena del Brandtown Fashion Xperience, espai obert al públic que va acollir concerts, desfilades i exposicions, va ser una iniciativa clau que va convertir TheBrandery en el nou *hot spot* de tendències, on el públic i els professionals van tenir la possibilitat de viure conjuntament la moda.

Firmes com Custo i Supedry van aprofitar el Brandtown per posar-se en contacte directament amb els seus clients finals, i el públic va gaudir de les desfilades de 40 marques expositores i de l'espectacle «Barcelona International Fashion Show», que va comptar amb firmes de moda internacional del calibre d'Stella Mc Cartney, Vivienne Westwood i Roberto Cavalli.

En aquest panorama tan divers no podia faltar la música, que va arribar de la mà de l'equip del Festival Sónar, amb grups com Ladytron, Nouvelle Vagui, Carlos Jean, Hercules&Love Affair i Azari & III, amb gran èxit de públic.

+info www.thebrandery.com





Bizbarcelona

Solucions per a Emprenedors i Empresaris

15-16/Juny

Montjuïc. 1a edició

El saló, nascut com a resultat de la fusió del Dia de l'Emprenedor, el Saló de l'Emprenedor i la cimera d'innovació HiT Barcelona, s'ha convertit en una plataforma única per fomentar l'activitat emprenedora en sectors emergents, la capacitat d'impulsar la transversalitat i la cooperació, i la promoció de llocs de feina de qualitat.

En el marc de Bizbarcelona, es van celebrar més de 1.800 reunions i 150 conferències i activitats sobre innovació, inversió i creació empresarial. Entre les activitats més destacades hi ha les relacionades amb el finançament, que van comptar amb la presència de 54 fons d'inversió i *business angels*, i que van mantenir gairebé 1.000 sessions de *speed dating* (entrevistes ràpides) amb emprenedors.

Bizbarcelona va acollir també la 3a Global Entrepreneurship Competition, en què 24 business plans de tot el món van competir per

obtenir finançament per desenvolupar els seus projectes. Va guanyar l'empresa nord-americana Imprint Energy, amb un projecte de bateries impreses ultrafines.

Així mateix, es van celebrar, entre d'altres, diverses sessions sobre les oportunitats de negoci al món digital, els avantatges de les franquícies i el *networking* comercial.

El certamen va comptar amb el suport de l'Ajuntament (per mitjà de Barcelona Activa i 22@), la Generalitat, "la Caixa", l'Institut de Crèdit Oficial (ICO), la Diputació de Barcelona, la Cambra de Comerç de Barcelona i el Ministeri d'Indústria, a més del patrocini de Google i el Consorci de la Zona Franca.

+info www.bizbarcelona.com

Superfície

22.300 m²

Expositors

87

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Conferències, tallers, mercat del finançament i dels contactes, Global Entrepreneurship Competition, Fòrum de les Ofertes, mur de les idees

54

fons d'inversió



Carbon Expo

Fira i Conferència Global sobre el Mercat del Carboni

01-03/Juny

Gran Via. 8a edició (2a a Barcelona)

La fira més important del món dedicada a les emissions de carboni i les solucions per combatre el canvi climàtic va celebrar la seva segona edició a Barcelona, organitzada pel Banc Mundial, l'Associació Internacional del Comerç d'Emissions (IETA) i Fira de Barcelona.

A l'esdeveniment es va estar molt pendent de la Conferència sobre el Canvi Climàtic de Durban, a Sud-Àfrica, prevista al desembre, i del marc d'una recessió econòmica mundial que afegeix incertesa sobre les polítiques mediambientals. En aquest context, i a una setmana de la reunió preparatòria convocada a Bonn per les Nacions Unides, la secretària executiva d'United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), Christiana Figueres, va llançar un crida al compromís dels governs per combatre el canvi climàtic.

Carbon Expo va reunir més de 3.000 participants de 110 països i més de 240 expositors

que van presentar novetats, tecnologies, tendències, projectes i serveis. Entre els assistents, s'hi trobaven alts executius de corporacions financeres i jurídiques, empreses energètiques i consultories, líders polítics i alts càrrecs governamentals, representants de la Convenció Macro de Nacions Unides sobre Canvi Climàtic (CMNUCC), agències de promoció d'inversions i organitzacions multilaterals de desenvolupament, països elegibles per a projectes de desenvolupament no contaminant, diverses ONG, institucions acadèmiques i *think-tanks*.

Més de 400 ponents experts en polítiques de canvi climàtic, finances, desenvolupament i mercats de carboni van participar en 9 sessions plenàries, 16 tallers i 50 trobades paral·leles.

+info www.carbonexpo.com

Superfície

16.500 m²

Expositors

240

Caràcter

Professional

Activitats

Sessions plenàries, jornades, tallers

Organitza

Banc Mundial, IETA i Fira de Barcelona

+400

ponents

50

trobades



Construmat

Saló Internacional de la Construcció

16-21/Maig

Gran Via. 17a edició

La nova convocatòria de Construmat, a més de plantejar al sector solucions per plantar cara a la crisi, es va convertir en l'altaveu de les seves reivindicacions i propostes: més d'un centenar d'associacions professionals de la construcció espanyola van subscriure el Manifest Construmat, decàleg en què es reclamaven mesures d'ajuda al sector, una iniciativa impulsada pel Comitè Organitzador del saló.

La presentació del Manifest, celebrada dies abans de l'inici de Construmat en el Cercle d'Economia de Barcelona, va constituir el preàmbul d'una edició marcada per la necessitat del sector de trobar fórmules per enfrontar-se a la crisi. Per fer-ho, Construmat va apostar per la innovació, la rehabilitació i la sostenibilitat com a eixos temàtics, i per la internacionalització com a línia estratègica.

En l'àmbit de la innovació, es va presentar la sisena edició del projecte Casa Barcelona que,

per primera vegada a la seva història, va passar de la teoria a la realitat, ja que l'Ajuntament de Barcelona ha construït un habitatge seguint els paràmetres proposats a l'avinguda Vallcarca.

El foment de l'activitat rehabilitadora es va centrar en l'Àgora, on es van celebrar diverses conferències; en el Laboratori, on es van presentar productes i procediments per a la rehabilitació d'edificis; i en la Ruta, on es van agrupar tots els expositors especialitzats en aquest segment de la construcció.

Amb la col·laboració de l'associació Green Building Council España, el saló va organitzar una sèrie d'accions per promoure la construcció sostenible, com l'impuls a la certificació dels productes i dels processos constructius mitjançant l'etiqueta verda (o Green Data Sheet), i el cicle de conferències sota l'epígraf de Green Data Forum.

Superfície

60.000 m²

Expositors

1.318

Caràcter

Professional

**Una aposta
per la innovació,
la rehabilitació
i la sostenibilitat**

35

països

9.000

visitants
internacionals

Activitats

Manifest Construmat, Casa Barcelona, primer Fòrum per al Pensament Sostenible, Premis Construmat, Concurs Nacional i Internacional de Paletes, Concurs Nacional d'Instal·ladors de Parquet, Solar Decathlon Europe, primer Fòrum Hispano-brasil·ler de la Construcció, Pintudecora, Calormat, Stonemat, International Meeting Point, jornades, trobades B2B, congressos, presentacions

En el camp de la internacionalització, a més de comptar amb un programa de compradors de diferents països, s'ha de destacar l'organització del primer Fòrum Hispano-brasil·ler de la Construcció, on representants d'associacions professionals del Brasil van donar a conèixer les oportunitats de negoci que ofereix aquest país, un dels anomenats "emergents", i van mantenir contactes comercials amb diversos expositors.

A tot això, cal afegir-hi l'anunci de la previsió de celebrar una edició de Construmat a Xina com a iniciativa de Fira per ajudar les pimes del nostre país a introduir-se en el mercat xinès, una de les economies més dinàmiques del món.

Construmat també va voler contribuir de manera concreta a la recuperació sectorial

en un àmbit més local. Per això, va celebrar el Dia del Distribuïdor, en què els majoristes van poder comprar materials a preus especials; a més, l'últim dia va obrir les portes al públic no professional perquè els usuaris finals poguessin adquirir productes directament per fer obres de rehabilitació i domèstiques.

Més de 127.500 persones, de les quals 9.000 procedien de l'estranger, van visitar l'edició més internacional de Construmat: hi va haver expositors de 35 països i es van acreditar compradors i professionals de 58 nacionalitats diferents.

+info www.construmat.com





Còmic

Saló Internacional del Còmic de Barcelona

14-17/Abril

Montjuïc. 29a edició

Els admiradors de les historietes i els còmics van omplir el palau 8 del recinte de Montjuïc, la seu de la 29a edició del Saló Internacional del Còmic, en una trobada firal que va destacar el dinamisme d'una disciplina que va molt més enllà del simple oci.

El Saló del Còmic, que va rebre més de 100.000 visitants, es va convertir en un focus lúdic i cultural gràcies a la seva variada oferta d'activitats. L'interès dels assistents es va centrar en diverses exposicions temàtiques: les dedicades als zombis, morts vivents que deambulen per les pel·lícules, sèries de televisió, llibres o còmics; la del mític Tarzan; la que homenatjava la personalitat fascinant dels gats; o la que es va dedicar a l'intent de cop d'Estat del 23-F de 1981, que enguany ha fet 30 anys, amb còmics publicats per les revistes *El Jueves* i *El Víbora* que plasmen el que va passar aquell dia al Congrés dels Diputats.

Una sèrie de concerts de grups de rock, una zona de videojocs i les trobades professionals que es van dur a terme van completar l'oferta d'un certamen que també va sortir al carrer. En aquest sentit, el Saló Internacional del Còmic va programar sessions nocturnes de cinema a diverses sales de Barcelona i Badalona.

Així mateix, l'extensa relació d'autors nacionals i estrangers que van participar en el saló va ressaltar el gran nivell creatiu i artístic que travessa el còmic, que actualment es considera «el novè art». Aquesta convocatòria va servir, com en anteriors ocasions, per propiciar contactes i acords entre creadors i empreses editorials.

+info www.ficomic.com

Superfície

19.000 m²

Expositors

168

Caràcter

Públic

Activitats

Exposicions, premis, taules rodones, presència d'autors, tallers

Organitza

Ficomic

4

grans exposicions

Focus d'interès lúdic i cultural



Cosmobelleza & Wellness

Saló Internacional de Perruqueria, Estètica i Wellness

26-28/Febrer

Gran Via. 17a edició

Les últimes tendències en perruqueria, estètica, cosmètica i maquillatge, termalisme i wellness es van presentar, un any més, a Cosmobelleza&Wellness, una de les trobades més importants dedicades a la bellesa integral de la zona euromediterrània.

En aquesta edició van participar 295 expositors, procedents d'Alemanya, Austràlia, Bèlgica, la Xina, els Estats Units, França, Itàlia, Jordània, el Pakistan, els Països Baixos, Polònia, Portugal, el Regne Unit, la República Txeca, Taiwan, Turquia, Ucraïna i Veneçuela. Es tracta, per tant, d'un certamen amb una projecció internacional molt important, que va atreure 98.600 professionals, dels quals el 15% eren estrangers procedents de 69 països.

A Cosmobelleza&Wellness es van organitzar diverses rondes de negocis entre fabricants i distribuïdors per promoure els contactes comercials. Com és habitual, també s'hi van

fer activitats formatives per donar a conèixer les noves tècniques en bellesa. Entre les moltes activitats, va destacar el 25è Congrés d'Estètica, un clàssic per als professionals del sector, on es presenten les novetats en massatges, maquillatge i tractaments, així com la Passarel·la Barcelona HairFashion, que va comptar amb la presència del famós perruquer de les estrelles de Hollywood, Michael Shaun.

A més, s'hi van celebrar sessions pràctiques sobre tècniques d'estètica (ultrasons i cavitació, neocol·lagènesi, fotodepilació, etc.), el tradicional concurs de maquillatge corporal, jornades sobre termalisme i demostracions de decoració d'ungles, un dels segments que més està creixent en els últims anys a Espanya.

+info www.cosmobelleza.com/es/feria.cosmo

Superfície

38.000 m²

Expositors

295

Caràcter

Professional

Activitats

Jornades tècniques, aules de formació, concursos, congressos, rondes de negoci

Organitza

Grupo Cosmobelleza

15%

de visitants internacionals

69

països van aportar assistents



E-commretail Barcelona

Saló Professional del Comerç Electrònic i Negocis On-line

02-03/Març

Montjuïc. 2a edició

Empreses i professionals de diverses àrees relacionades amb tecnologia i serveis de comerç electrònic, *social media*, cercadors, màrqueting digital, logística o *cloud computing*, entre altres, es van donar cita en un saló que en només dues edicions ha duplicat el nombre d'expositors i visitants. També s'ha consolidat com a fira de referència d'una especialitat en plena expansió aplicable a múltiples sectors i activitats econòmiques.

A E-commretail es van celebrar nombrosos seminaris, ponències i classes magistrals que van comptar, en conjunt, amb la participació de més de 200 ponents internacionals, que van abordar l'experiència en màrqueting *on-line* i comerç electrònic de firmes com Google, Facebook, FC Barcelona, LinkedIn, Telepizza, Softonic, Munc, Cuatrecasas, Vodafone, ACB, Buy Vip, Privalia, Vente Privée, Pixmania, Euroleague Basketball, Fnac,

McCann Eriksson, Herraiz & Soto, Cofidis, Fotocasa, Drupal i Joomla, entre altres.

Els experts van pronosticar un increment del 18% de les vendes *on-line* a Europa durant el 2011 i un volum de negoci de 200.000 milions d'euros. Es va estimar que a Espanya les vendes *on-line* creixerien un 19%, arribant als 9.400 milions d'euros, i que cada espanyol gastaria una mitjana de 892 euros a l'any en compres *on-line*.

En el marc del saló va tenir lloc la cerimònia de lliurament dels ECOMM Awards 2011, guardons destinats al reconeixement de les millors empreses de comerç electrònic d'Espanya en els apartats de serveis i tecnologies per al comerç electrònic. Entre els premiats hi va haver Zara.com, Dressforless.es, Enepe.com, Rentamus.es i Hotel.info.

+info www.ecommretail.com

Superfície

6.700 m²

Expositors

120

Caràcter

Professional

Activitats

Seminaris, ponències, classes magistrals, lliurament dels ECOMM Awards

Organitza

Fopren

+200

ponents internacionals

18%

increment de vendes *on-line*



EIBTM

Saló Professional de la Indústria de Viatges de Negocis,
Congressos i Incentius

29/Novembre - 01/Desembre

Gran Via. 8a edició a Barcelona

EIBTM, considerat com l'esdeveniment mundial més important en la seva especialitat, va celebrar una de les seves edicions de més èxit, amb la presència de visitants i compradors de 90 països, entre els quals van destacar Estats Units, Alemanya, França, Espanya, Itàlia, Rússia, Polònia, Holanda, Xina i Brasil.

Hi van assistir agències de viatges, operadors turístics, centres de congressos i convencions, cadenes hoteleres, prestadors de serveis i organitzadors d'esdeveniments internacionals de tot el món.

Durant els tres dies de celebració, el saló va ser visitat per uns 15.200 compradors i planificadors de viatges, i s'hi van celebrar reunions per conèixer totes les novetats i tendències del sector, i decidir on i com celebrar els seus propers actes. En aquest sentit, cal destacar que va haver-hi prop de 65.000 trobades comercials, quantitat que supera àmpliament la del 2010.

Entre les novetats, va destacar de manera especial el nou espai «Experiència per als esdeveniments del futur», que va anticipar com seran probablement les conferències i reunions dels propers anys i de quina manera influiran les innovacions tecnològiques en el sector.

Per primera vegada, la Xina va presentar oficialment la seva oferta de turisme de negocis, congressos i viatges d'incentius, un àmbit amb importants perspectives de creixement en aquell país.

Altres iniciatives van ser la presentació d'un nou estudi internacional sobre el sector, els Premis EIBTM, diversos seminaris, conferències, esdeveniments de *networking*, tallers, demostracions i promocions de productes.

+info www.eibtm.com

Superfície

42.900 m²

Expositors

3.116

Caràcter

Professional

Activitats

Conferències, seminaris, tallers, trobades de negocis, premis

Organitza

Reed Travel Exhibitions

90
països

65.000
trobades comercials



Expo Ecosalud

Saló de la Salut i la Qualitat de Vida. Mercat de Productes Ecològics i Teràpies Naturals

01-03/Abril

Montjuïc. 14a edició

Assaborir xiclets de flors de Bach que ajuden a controlar les emocions; llits que eliminen l'estrès; sessions de teràpia vibracional amb bols per relaxar-se i acabar amb les contraccions musculars; la primera pastilla natural contra el colesterol i les últimes novetats en bioelectromedicina, van ser algunes de les propostes d'Expo Ecosalud.

Amb la participació de més de 500 marques, Expo Ecosalud va incrementar un 10% el nombre d'empreses respecte a l'edició del 2009. Amb un 30% del total d'expositors, un dels sectors més representats va ser el de les teràpies naturals, que va incloure el més nou en quiromassatge, osteopatia, naturopatia, homeopatia, acupuntura i tècniques energètiques. Els àmbits dedicats als productes ecològics i a la dietètica i els complementos alimentaris van concentrar el 60% de les empreses expositores. La cosmètica natural, les plantes medicinals i l'herboristeria van completar l'oferta del saló.

Més de 31.000 visitants, el 42% dels quals van ser professionals, es van interessar pel conjunt de propostes, novetats i tendències en dietètica, complementos alimentaris, productes ecològics, teràpies naturals i alternatives saludables per estar en forma.

El saló també va celebrar gairebé 50 conferències, jornades i tallers relacionats amb les teràpies; tots aquests actes eren oberts al públic. D'entre tots, va destacar una *masterclass* dedicada als complementos i les teràpies nutricionals, el desenvolupament personal i les noves tecnologies, amb l'expert en motivació i lideratge Emilio Duró com un dels principals ponents.

+info www.interalia.es / www.exposalud.net

Superfície

12.000 m²

Expositors

188

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Jornades tècniques, congressos sectorials, tallers, àrea de teràpies manuals, restaurant herbodietètic

Organitza

Interalia

+500

marques participants



Expohogar

Saló Internacional del Regal i els Articles per a la Llar

21-24/Gener - 24-27/Setembre

Montjuïc. 45a i 46a edició

Expohogar va mostrar en les seves edicions de primavera i tardor les últimes novetats en articles de regal, bijuteria i complements de moda i decoració.

El color blanc i els mobles rústics i d'estil *vintage* van ser els protagonistes de les noves tendències en decoració d'interiors de la temporada primavera-estiu. Pel que fa als complements, van tornar amb força els barrets confeccionats amb ràfia, d'estil panamà, el *denim* i les teles vaporoses amb estampats *liberty* i florals.

Per la seva banda, Expohogar Tardor va demostrar la capacitat i l'esforç dels expositors per presentar productes originals, funcionals i amb preus molt ajustats per tal d'adaptar-se a la demanda dels consumidors en aquesta època de crisi. Algunes de les novetats que s'hi van exposar van ser estudis fotogràfics portàtils, guardioles que funcio-

nen com a minicaixers automàtics i bufandes multiusos.

També es van donar a conèixer les noves propostes en articles nadalencs, com ara espelmes d'olor de torró i cava, pessebres amb ambients mariners o fins i tot avets que llancen neu artificial i porten música incorporada.

Pel que fa a la decoració d'interiors, es va imposar la fusió d'estils, els aires britànics i el romanticisme. Les influències orientals, amb gravats japonesos o figures de Buda, també van irrompre amb força, així com els materials naturals com la fusta, el jute i el lli. Pel que fa als complements de vestir, van destacar les bosses, les bufandes i els mocadors amb estampats *animal print*.

+info www.expohogar.com

Superfície

8.000 m² (primavera)

8.300 m² (tardor)

Expositors

100 (primavera)

124 (tardor)

Caràcter

Professional

El color blanc i els mobles vintage van ser els protagonistes de la nova temporada primavera - estiu

La fusió d'estils, d'aires britànics i el romanticisme van imposar-se a la tardor



Expoquímia, Eurosurfes i Equiplast

Trobada de la Química Aplicada del Mediterrani

14-18/Novembre

Gran Via. 24a edició (Eurosurfes) / 16a edició (Expoquímia i Equiplast)

La Trobada de la Química Aplicada del Mediterrani, integrada per la celebració simultània d'Expoquímia, Eurosurfes i Equiplast, va ser un dels grans esdeveniments industrials, tècnics i econòmics de la ribera mediterrània.

S'hi van congrega aproximadament 38.000 professionals en un esdeveniment que va demostrar, un any més, la importància de l'increment de les vendes i dels contactes comercials per a la reactivació del sector.

Expoquímia es va convertir en el gran punt de trobada entre la indústria i la ciència, en acollir la presentació de més de 200 novetats i avenços tècnics, a més de comptar amb més de 50 activitats en el programa de jornades científiques, que van reunir centenars de ponents i congressistes nacionals i internacionals.

En col·laboració amb la Federació Empresarial de la Indústria Química Espanyola

(FEIQUE), Expoquímia va organitzar diverses missions comercials: representants d'associacions empresarials i professionals de l'Argentina, Mèxic i Xile van assistir a la trobada per adquirir tant tecnologia com productes espanyols.

En resposta a les inquietuds d'un sector tan ampli com el químic, el certamen va donar entrada a nous àmbits amb la creació de PharmaProcess, destinat a la indústria auxiliar; Cosmetic Dati, que va congrega tots els actors implicats en la fabricació de cosmètics; i FoodInnovation, on es van exhibir les nombroses aportacions de la química a la indústria alimentària.

Aquestes tres àrees temàtiques es van sumar a les que ja hi havia: Lab&Bio, dedicada a les empreses especialitzades en biotecnologia; i Compositesch, de nous materials.

Superfície

80.000 m²

Expositors

950

Caràcter

Professional

Activitats

Acte de clausura de l'Any Internacional de la Química a Espanya, jornades, trobades B2B; congressos, *workshops* simposis, exposicions

+200

novetats tècniques

50

activitats científiques

En resposta a les inquietuds del sector químic, el certamen va donar pas a nous àmbits amb la creació de Pharma Process, Cosmetic Date i Food Innovation

En el vessant científic, Expoquímia va demostrar, un cop més, l'alt nivell de la investigació espanyola, que va obligar el jurat dels Premis Expoquímia I+D+i a concedir, per primera vegada, dues mencions especials. Els guardons van ser concedits a un nou procés per generar agents contra una molècula relacionada amb infeccions provocades pel virus de la SIDA i implicada en l'aparició de tumors cancerígens, i un procés biotecnològic per fabricar una molècula que endarrereix la sensació de gana.

La clausura dels actes commemoratius a Espanya de l'Any Internacional de la Química, que van commemorar el centenari de la concessió del premi Nobel de Química a la científica Marie Curie, va aportar un gran valor afegit a Expoquímia'11.

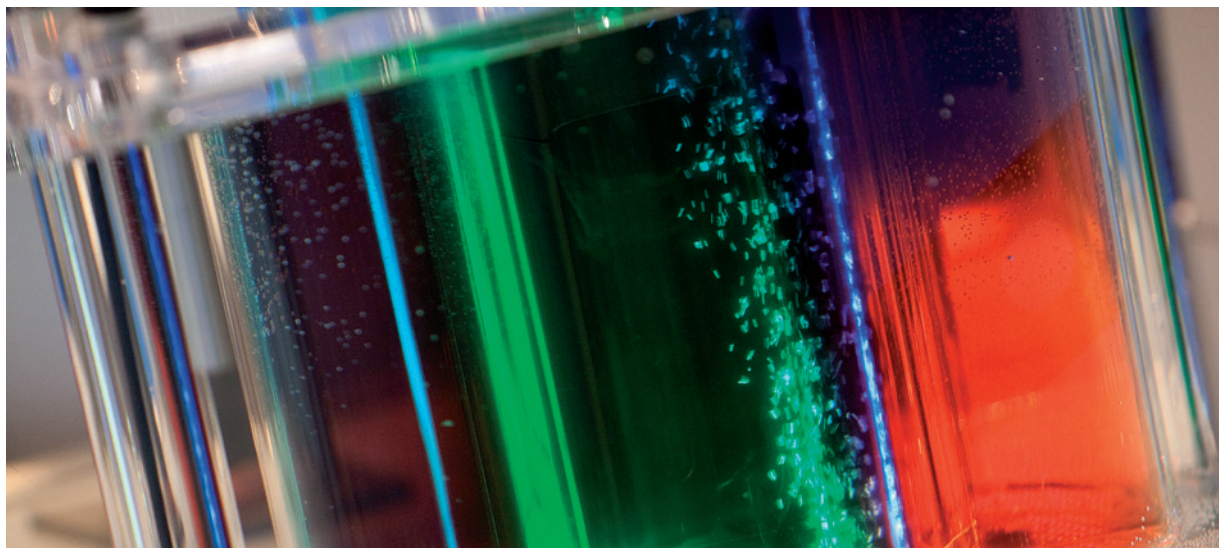
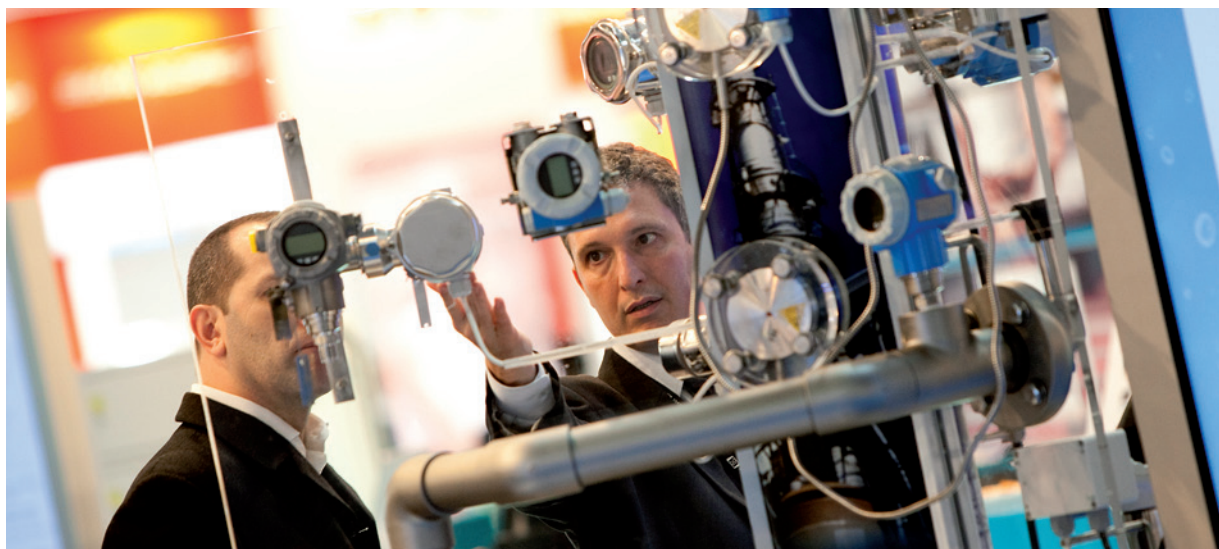
D'altra banda, Equiplast, el Saló Internacional del Plàstic i el Cautxú, va actuar com a revulsiu en contribuir que la indústria del plàstic present en el certamen assolís nivells importants de vendes i contactes comercials.

La nova edició d'Eurosufas, el Saló Internacional de la Pintura i el Tractament de Superfícies, en què van participar més de 150 empreses, va comptar amb la presència de nombrosos compradors de sectors implicats, com el de l'automoció.

+info www.expoquimia.com

+info www.equiplast.com

+info www.eurosufas.com





Expominer

Saló Internacional de Minerals, Fòssils i Joieria

11-13/Novembre

Montjuïc. 33a edició

Expominer va reunir, una vegada més, la col·lecció de minerals, fòssils, joies i gemmes més gran d'Espanya. El certamen, que any rere any intenta acostar la geologia al gran públic i, en especial, als joves estudiants de primària i secundària, va tenir dos protagonistes destacats.

D'una banda, el prestigiós paleontòleg Eudald Carbonell, conegut per la seva condició de codirector de les excavacions de la serra d'Atapuerca (Burgos) i com a divulgador, es va estrenar com a president del saló i va participar activament en el programa d'activitats en impartir una conferència sobre l'*Homo antecessor*.

La vulcanologia va ser un altre dels àmbits que va acaparar l'interès del certamen: per primera vegada es van exhibir davant del públic algunes mostres de lava procedent de l'erupció submarina de la illa canària

de El Hierro i es van celebrar tallers sobre erupcions volcàniques, coorganitzats amb la Universitat de Barcelona, l'Institut de Ciències de la Terra Jaume Almera del Centre Superior d'Investigacions Científiques i l'Institut Geològic de Catalunya.

El programa d'activitats es va completar amb sessions sobre fotografia de minerals a càrrec del Grup Mineralògic Català; el taller «Després dels rastres dels dinosaures», organitzat pel Museu dels Dinosauris de Coll de Nargó (Lleida); el tradicional concurs de dibuix del saló; la zona Viu la Geologia, organitzada per la Facultat de Geologia de la Universitat de Barcelona, i l'exposició fotogràfica «Els vidres d'or de Veneçuela».

+info www.expominer.com

Superfície

5.500 m²

Expositors

125

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Exposicions, documentals, tallers, concursos de dibuix

El prestigiós paleontòleg Eudald Carbonell es va estrenar com a president del saló



Festival de la Infància

27/Desembre/2011 - 04/Gener/2012

Montjuïc, 48a edició

El Festival de la Infància, que organitza Fira de Barcelona des del 1963 com una de les grans propostes d'oci familiar durant les festes nadalenques, va tenir un públic de prop de 150.000 nens i adults, que van poder escollir entre més de 150 activitats esportives, educatives, culturals i solidàries.

En aquesta edició, l'esport va adquirir especial rellevància gràcies a la col·laboració de diverses entitats, com ara la Fundació FC Barcelona i l'Institut Barcelona Esports de l'Ajuntament. A l'estand del Barça, que albergava dos camps de futbol, els nens van poder aprendre valors com el joc net o el respecte a l'adversari. Els més afortunats fins i tot van tenir l'oportunitat de jugar amb Cesc Fàbregas, Andreu Fontàs i Thiago Alcántara.

Els petits també van poder convertir-se en campions d'atletisme: van competir en el miniestadi que es va crear per commemorar el

20è aniversari dels Jocs Olímpics de Barcelona i la celebració, el 2012, del Mundial Júnior d'Atletisme. Així mateix, la pista de patinatge de Port Aventura, la zona d'hípica, els circuits de ciclisme i de karts, i les sessions de ball de Canal Panda van ser tot un èxit.

Els tallers per aprendre a elaborar àpats saludables, cultivar un hort urbà, crear titelles de paper reciclat i fer bombolles de sabó gegants també van tenir molt de públic. A més, el Festival va impulsar les noves zones de videojocs (que, segons els experts, poden ajudar a la socialització i al desenvolupament intel·lectual de nens i joves). Un exemple de la voluntat del certamen d'adaptar-se als nous temps.

+info www.festivalinfancia.com

Superfície

43.000 m²

Expositors

100

Caràcter

Públic

Activitats

Tallers, concursos, jocs, desfilades, proves esportives

+150

propostes

El Festival va impulsar valors com el joc net



Fira d'Artesania

02-04/Desembre

Montjuïc. 1a edició

L'artesanía catalana va ser la protagonista de la mostra de productes celebrada amb la finalitat de crear un espai d'exhibició i estimular les vendes directes al consumidor, amb motiu de la proximitat de les festes nadalenques.

El certamen va comptar amb més de 120 expositors procedents de tot Catalunya, pertanyents a diferents sectors i oficis: complements de moda, joieria, articles per a la llar, objectes de regal i elements de decoració, entre d'altres.

Instal·lat al pavelló Z-6, del recinte de Montjuïc, el certamen va dividir el seu espai en tres grans àrees: una primera, dedicada als objectes presents en diferents àmbits de la llar (cuina, taula, bany); una segona, centrada en el món de l'espai, on es van poder adquirir productes vinculats a l'interiorisme, la decoració de la llar i el mobiliari. Finalment, la

tercera àrea es va dedicar als complements personals (moda, joieria, bijuteria...).

Adreçada especialment al públic familiar, la Fira d'Artesania va comptar amb un ampli ventall d'activitats com tallers infantils sobre com treballar el vidre i la pell, demostracions d'oficis en directe (ceràmica, gravat sobre cuir, teixits, imatgeria, bijuteria, cistelleria, etcètera), així com un espai de projecció d'audiovisuals relatius a l'artesanía catalana, als artesans i a les associacions i entitats que treballen per oferir productes de qualitat, com la Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya i el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

+info www.ccam.cat

Superfície

2.800 m²

Expositors

120

Caràcter

Públic

Activitats

Tallers i demostracions

Organitza

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

Va exhibir i estimular la venda directa de productes elaborats de forma artesanal



Fira disCapacitat & Ocupació de Barcelona

08-09/Juny

Montjuïc. 1a edició

Amb el lema «Sí que som capaços», el Palau de Congressos de Barcelona va acollir la primera Fira disCapacitat & Ocupació, amb l'objectiu de potenciar la inserció laboral de les persones amb discapacitat.

L'acte es va convertir en punt de trobada entre empreses que buscaven treballadors per incorporar en plantilla i professionals amb algun tipus de discapacitat que busquen feina. En aquest sentit, el nombrós públic visitant va poder conèixer el tipus de perfil més sol·licitat i posar-se en contacte directament amb companyies, associacions, fundacions i centres especialitzats en ocupació.

A més, es van celebrar diverses taules rodones per a professionals sobre temes vinculats a la integració social i laboral, a l'accessibilitat o a la responsabilitat social corporativa. També es van fer tallers sobre com elaborar

un bon currículum, com afrontar i destacar en una entrevista de feina o com ser un emprenedor social.

Altres activitats destacades van ser una exposició de pintura realitzada per persones amb síndrome de Down, una obra de teatre representada en llenguatge de signes i una mostra fotogràfica sobre la superació personal. Així mateix, es van lliurar els premis Fira disCapacitat & Ocupació, per reconèixer el compromís social de diverses entitats; així com els Innova Discapacitat, que premien la idea més innovadora relativa a la integració laboral. Els guardonats van ser Repsol, la Xarxa Elèctrica d'Espanya, el Grup Sifu, la Fundació Focus Abengoa i la Fundació "la Caixa".

+info www.feriadiscapacidad.com

Superfície

2.800 m²

Expositors

75

Caràcter

Públic

Activitats

Taules rodones, ponències, tallers, exposicions de pintura i fotografia, teatre en llenguatge de signes, lliurament de premis

Organitza

disJob.com

Potenciar

la integració laboral,
gran objectiu



FM&BS

Facility Management and Business Services
World Summit

28-30/Juny

Montjuïc. 1a edició

Reduir els costos i optimitzar els recursos són els dos principals objectius que es busquen amb l'aplicació de la *facility management* i dels *business services* com a eines de gestió empresarial, ambdós abordats en el primer FM&BS World Summit, celebrat al Palau de Congressos del recinte de Montjuïc. L'esdeveniment s'engloba dins de la política de Fira de llançar nous productes firals.

Segons els experts, l'externalització de serveis permet readaptar el funcionament de les empreses a la realitat del mercat, variar els costos operatius i centrar els esforços en l'activitat principal de l'empresa (*core business*), amb la qual cosa es pot aconseguir un estalvi d'entre el 10 i el 15 % en les despeses, i, a més, contribuir a l'augment de la productivitat.

En la primera edició de l'FM&BS van participar 25 ponents, entre els quals van destacar

Keith Alexander, arquitecte i professor de la Universitat de Salford (Manchester, Regne Unit), que es considera el «pare» del *facility management*; Helena Ohlsson, directora internacional de l'àrea d'FM de l'empresa sueca IKEA; Terry Mills, vicepresident de l'àrea de clients corporatius d'ISS Europa (una de les empreses més importants del món en aquest àmbit); i Salvador Torres, president d'IFMA Espanya.

El certamen va comptar amb el suport d'IFMA Espanya, una de les 18 seccions internacionals de l'Associació Internacional de Facility Management-IFMA i que reuneix els professionals d'aquesta disciplina de tot el país.

+info www.fm-bs.es

Superfície

5.828 m²

Expositors

100

Caràcter

Professional

Activitats

Zona d'estands,
àrea de *networking*,
ponències

25

ponents

**Entre els ponents
va destacar Keith
Alexander, el «pare»
del *facility
management***



Fòrum Dental del Mediterrani

07-09/Abril

Montjuïc. 7a edició

El Fòrum Dental del Mediterrani es va consolidar com una important plataforma de negoci i coneixement per als professionals de l'àmbit de la salut bucodental. Aquesta edició va reunir més de 10.000 especialistes, entre odontòlegs, higienistes, auxiliars i protètics dentals, logopedes, estudiants i proveïdors, la majoria procedents de Catalunya i les Balears.

Cal destacar-ne el programa científic, que va incloure jornades i conferències en què es va debatre sobre els últims avenços i reptes del sector. Entre altres temes, es van presentar nous mètodes digitals de desenvolupament en el camp de l'ortodòncia, tècniques alternatives de fabricació de pròtesis dentals i novetats en odontologia estètica, sistemes dentals CAD/CAM, radiografia digital i implantologia, especialitat que ha registrat una gran demanda en els darrers anys.

La trobada també va comptar amb una zona expositiva en què es van mostrar productes i tecnologies relacionades amb la diagnosi, la prevenció, el tractament i la higiene bucal, com ara blanquejadors d'esmalt, mètodes pal·liatius del dolor i sistemes d'implant dentals, entre altres.

A partir de la propera convocatòria, que se celebrarà el 2013 al recinte de Gran Via, el Fòrum Dental del Mediterrani serà organitzat per Fira de Barcelona amb l'estreta col·laboració del Col·legi d'Odontòlegs i Estomatòlegs de Catalunya (COEC), i tindrà com a objectius enfortir el seu lideratge nacional en aquest àmbit i potenciar la internacionalitat.

+info www.forum-dental.es

Superfície

15.000 m²

Expositors

136

Caràcter

Professional

Activitats

Congressos,
taules rodones,
jornades

Organitza

Puntex

+10.000
especialistes reunits

**La internacionalització,
nou repte
del certamen**



Glassman Europe

Saló del Vidre

25-26/Maig

Montjuïc. 19a edició (1a a Barcelona)

Per primera vegada, Fira de Barcelona va acollir una de les trobades mundials més importants de la indústria del vidre, en què es van presentar les últimes novetats relacionades amb la fabricació i el processat d'aquest material. Durant més de dues dècades ha estat el certamen de referència no només a Europa sinó també a Amèrica i a l'Orient Mitjà.

En aquesta edició barcelonina, hi van participar més d'un centenar d'expositors nacionals i internacionals que van mostrar novetats en primeres matèries, maquinària i tecnologia. Entre les principals ofertes industrials i tècniques del certamen hi va haver plantes de processat, forns, equips de combustió, productes refractaris, maquinària per a serveis de laboratori i equips analítics, sistemes de control de processos i assistència tècnica i capacitació, així com serveis de construcció de plantes «claus en mà».

Un dels aspectes més interessants de la convocatòria, a més de les demostracions, va ser l'ampli programa de conferències, que va comptar amb la participació de diverses firmes i experts del sector.

La Unió Europea és la major productora i consumidora de vidre del món, seguida dels Estats Units i el Japó, Espanya és el quart productor europeu. No obstant, un dels temes centrals de Glassman va ser l'accés als mercats emergents d'Àsia i Amèrica Llatina, en especial el Brasil, la Xina i Mèxic, així com el dels Emirats Àrabs. En aquest sentit, Glassman va afavorir l'establiment de nombrosos contactes de negocis amb clients potencials.

+info www.glassmanevents.com/europe

Superfície

5.800 m²

Expositors

100

Caràcter

Professional

Activitats

Conferències, presentacions

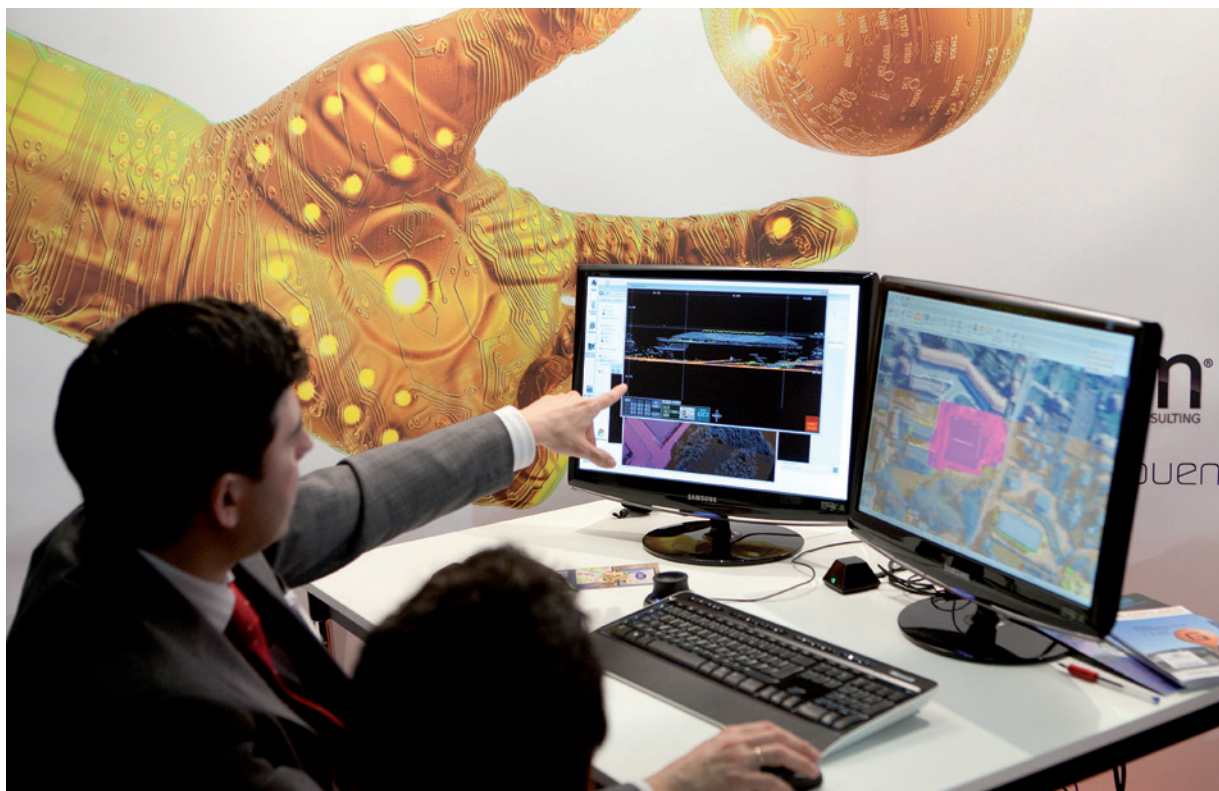
Organitza

Quartz Business Media

20

anys com a saló de referència

Un dels esdeveniments més importants de la indústria del vidre



Globalgeo

Saló Internacional de la Geoinformació

15-17 / Març

Montjuïc. 5a edició

La geoinformació, cada vegada més present en les activitats quotidianes, obre grans oportunitats de negoci, sobretot per a les empreses tecnològiques. En aquest sentit, Globalgeo va demostrar el potencial d'una indústria que, als Estats Units, creix un 35% cada any, i s'hi van exhibir els últims avenços en cartografia, sistemes d'informació geogràfica, fotogrametria, teledetecció, geodèsia, topografia, navegació per satèl·lit i sistemes de transport intel·ligent.

Entre els productes més innovadors, es van presentar diversos geoserveis que permeten millorar la mobilitat a les ciutats, optimitzar els recursos a les empreses, fomentar la transparència de les administracions i gestionar les tasques d'emergències i protecció civil (aplicacions per conèixer l'estat del trànsit en temps real; sistemes de geoinformació que ubiquen en el mapa el lloc d'un sinistre, i noves tecnologies de processament

d'imatges capturades per radars o avions no tripulats).

Globalgeo va potenciar el programa científic, que va incloure prop de 150 jornades i la participació de més de 250 especialistes nacionals i internacionals, com Sanjay Patel, responsable de Google Geo a Europa. Van destacar les conferències del Fòrum TIG-SIG, dedicat a les solucions de geoinformació en l'àmbit urbà.

En el marc del saló, es va celebrar la 9a Setmana Geomàtica Internacional, que es va centrar en els mapes del futur. A l'esdeveniment van assistir-hi ponents de primera fila, com Monika Sester, de la Universitat alemanya d'Hannover, i Carmen Aguilera, de l'European GNSS Supervisory Authority.

+info www.globalgeobcn.com

Superfície

2.200 m²

Expositors

30

Caràcter

Professional

Activitats

Setmana Geomàtica Internacional, jornades, conferències, debats

150

sessions científiques

+250

ponents
internacionals



Graphispag

Saló Internacional de la Indústria i la Comunicació Gràfica

22-26/Març

Gran Via. 12a edició

Graphispag va fer 45 anys com a fira de referència, amb el convenciment que el sector ha d'abordar la seva reestructuració, adoptar les tendències dels mercats internacionals i aliar-se amb les noves tecnologies per reinventar els productes gràfics. Per ampliar la seva oferta i les sinèrgies amb el món de la comunicació visual, Graphispag va coincidir, per primera vegada, amb Sonimagfoto & Multimedia.

El saló va atreure aproximadament 39.000 professionals, el 7% d'ells internacionals, principalment procedents de Portugal i França. Graphispag va superar les expectatives inicials i va contribuir a la reactivació dels contactes comercials i a la realització de negocis, cosa que va suposar una injecció d'optimisme per a les empreses gràfiques, en un moment clau per prendre decisions estratègiques amb què posicionar-se en l'escenari que sorgeix amb l'esperada recuperació econòmica i afrontar el

canvi de cicle imposat per l'avanç dels continguts digitals i les pantalles.

El congrés i la vintena de jornades tècniques van comptar amb la participació de més de 3.500 persones i es van orientar precisament a identificar les oportunitats de creixement. Per commemorar el seu aniversari, Graphispag va exhibir 45 cartells inèdits d'alguns dels millors dissenyadors espanyols i va retre homenatge a 16 empreses exposidores que ja van participar en la primera edició, el 1966.

A més, es van lliurar els premis Marco de Oro de Serigrafia, Tampografia i Impressió Digital, i els premis Liderpack d'Envàs, Embalatge i Publicitat en el Punt de Venda, ambdós corresponents al 2010 i convocats anualment pel saló Hispack i Graphispag Associació.

+info www.graphispag.com

Superfície

23.000 m²

Expositors

668

Caràcter

Professional

Activitats

Congressos, Aula Digital Adobe, jornades, seminaris, conferències, exposicions, homenatges, lliurament dels premis Marco de Oro i Liderpack

3.500

congressistes



Infarma

Saló de Medicaments i Parafarmàcia

01-03/Març

Montjuïc. 10a edició

La trobada de referència per als professionals de la indústria farmacèutica va superar el 2011 les expectatives, ja que va atraure més de 2.200 congressistes i 23.000 visitants, un 10% més que en l'edició anterior.

Gràcies a l'oferta de més de 200 expositors, a Infarma es van presentar les últimes novetats del sector, com ara nous medicaments i productes de dermofarmàcia, nutrició, fitoteràpia, homeopatia, òptica, ortopèdia i material de cures. També s'hi van mostrar les noves tendències en comercialització i distribució, instal·lació, decoració i vestuari sanitaris, i assessoria.

A més, va comptar amb un ampli programa científic de conferències, tallers i taules rodones emmarcat en el Congrés Europeu d'Oficina de Farmàcia. Les sessions, en què van participar institucions, empreses i més de 130 especialistes procedents d'arreu d'Europa,

van servir per presentar els últims projectes d'investigació i desenvolupament de nous fàrmacs i per debatre sobre els reptes del sector en àmbits tan diversos com la millora de l'atenció farmacèutica, la implantació de la recepta electrònica, la col·laboració interprofessional o la formació contínua.

A partir d'aquesta edició, el saló, que se celebrava cada dos anys des del 1993, tindrà caràcter anual i s'alternarà entre Barcelona i Madrid. Per als organitzadors del certamen, la nova situació suposa un pas important per al sector, ja que significa sumar esforços amb els principals col·legis oficials d'aquesta especialitat.

+info www.interalia.es/www.infarma.net

Superfície

7.000 m²

Expositors

206

Caràcter

Professional

Activitats

Congrés Europeu
d'Oficina de Farmàcia

Organitza

Col·legi Oficial
de Farmacèutics de
Barcelona i Interàlia

+2.200

congressistes

10%

d'increment de visitants



ITMA

Fira Internacional de Maquinària Tèxtil

22-29/Setembre

Gran Via. 16a edició (1a a Barcelona)

La fira de maquinària i tecnologia tèxtil més important del món, impulsada pel Comitè Europeu de Constructors de Maquinària Tèxtil i que té lloc cada quatre anys en un país del vell continent, es va celebrar per primera vegada a Espanya des de la seva creació el 1951.

La 16a edició de l'esdeveniment, que va ocupar gairebé la totalitat del recinte de Gran Via de Fira de Barcelona, després de l'entrada en servei dels nous pavellons 5 i 7, va batre tots els nivells d'internacionalitat: hi van participar 1.350 empreses exposidores de 45 països, entre les quals figuraven 90 d'espanyoles, i va rebre la visita de més de 100.000 professionals procedents d'un total de 138 països.

La major part dels visitants eren originaris d'Itàlia, l'Índia, Alemanya, Turquia, Brasil, França, Iran, Portugal i la Gran Bretanya, i va destacar també la presència de compradors

potencials dels principals centres tèxtils d'Àsia i Amèrica Llatina, així com de delegacions oficials de 27 països i de la UNIDO, l'Organització de les Nacions Unides per al Desenvolupament Industrial. Espanya va aportar gairebé un 9% dels visitants.

Amb l'actual context mundial de crisi, els responsables de l'organització van valorar molt positivament tant la quantitat com la qualitat dels visitants i el nivell de contactes i negoci assolit, així com la voluntat patent de la indústria tèxtil i de la confecció per invertir i innovar.

En efecte, a l'ITMA es van donar a conèixer les últimes novetats i tendències de l'àmbit de la maquinària i la tecnologia tèxtil. L'edició es va caracteritzar per l'èxit del sector de fibres i filats, present per primer cop a Fira, i la creixent preocupació per la sostenibilitat i les solucions tecnològiques respectuoses amb el medi ambient.

Superfície

200.000 m²

Expositors

1.350

Caràcter

Professional

Activitats

Conferències, jornades, Címera Mundial Tèxtil

Organitza

CEMATEX amb la col·laboració de l'Associació Multisectorial d'empreses, AMEC

138

països van aportar visitants

Es van donar a conèixer les últimes novetats i tendències del sector de maquinària i tecnologia tèxtil, amb especial preocupació per la sostenibilitat

En aquest sentit, la investigació i l'educació van ser dos dels eixos centrals d'aquesta convocatòria, que van destacar amb la presentació al Pavelló d'Investigació i Educació dels treballs desenvolupats per 47 universitats i instituts de 20 països i amb la participació de destacats ponents.

D'altra banda, es va desenvolupar un intens programa paral·lel de conferències i jornades d'alt nivell, sota la denominació general de Conferences@ITMA, en què van participar prop de 700 professionals.

Va destacar especialment la Cimera Mundial Tèxtil, que va tenir com a principal orador l'ex-secretari general de les Nacions Unides, Kofi

Annan. També es van desenvolupar reunions específiques sobre sostenibilitat, aplicacions de la química i tendències de la indústria tèxtil, i la trobada de joves emprenedors del sector.

L'impacte econòmic de l'ITMA sobre la ciutat de Barcelona es va calcular en uns 800 milions d'euros. En acabar la trobada, qualificada d'èxit en tots els sentits, es va posar de manifest la voluntat de la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona i Fira, entre altres institucions i organitzacions, que la capital catalana opti a ser novament seu del certamen.

+info www.itma.com





Low Cost Motor

Fira d'Oportunitats en Vehicles d'Ocasió

4-13/Juny

Montjuïc. 2a edició

Autèntiques oportunitats en cotxes de segona mà a preus molt assequibles i amb totes les garanties. El Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona (GVVM) va tornar a apostar per una fira amb ofertes interessants, just abans de l'estiu, època en què tradicionalment augmenten les vendes de vehicles d'ocasió.

Malgrat les dificultats del moment econòmic i del fre al finançament, els resultats van ser satisfactoris per als 38 expositors que hi van participar, que en deu dies van vendre en el recinte un total de 230 vehicles (gairebé la quarta part dels 1.000 que es van exposar) per un valor estimat de 3,5 milions d'euros. A més, es van obrir 50 operacions més, que es van concretar a les oficines dels concessionaris participants durant els dies posteriors a la fira. Aquestes xifres van suposar un augment de vendes del 50% pel que fa a l'any anterior.

Les empreses expositores es van esforçar per oferir la millor relació qualitat-preu als visitants i es van revisar i condicionar tots els cotxes per tal d'acreditar el seu perfecte estat. L'oferta d'un any de garantia com a mínim i altres avantatges i condicions especials per la compra durant la fira van animar les vendes, en especial durant el darrer cap de setmana. Es calcula que van visitar el saló unes 25.000 persones.

El gremi va valorar molt positivament el desenvolupament de la fira, assenyalant que el mercat d'ocasió català té la capacitat de celebrar a Barcelona dues grans fires anuals, el Low Cost Motor i el Saló Ocasíó de Fira, especialitzat en vehicles nous, a més d'organitzar esdeveniments locals en altres municipis durant l'any.

+info www.gvvm.es

Superfície

9.500 m²

Expositors

38

Caràcter

Públic

Organitza

Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona

1.000

vehicles exposats

50%

més de vendes
que el 2010



Magic Internacional

Fira Espiritual, Paracientífica i de Teràpies Alternatives

04-06/Novembre

Montjuïc. 7a edició

Amb més de 51.000 visitants, el saló internacional dedicat a la paraciència i les teràpies alternatives va demostrar que continua sent un dels més importants d'Europa en el seu gènere. Per setè any consecutiu, l'esdeveniment va tenir lloc en el recinte firal de Montjuïc, on es va presentar l'oferta de més de 150 empreses expositores, que van mostrar una àmplia varietat de productes especialitzats, com ara llibres i DVD sobre nova espiritualitat i medicina alternativa, cartes del tarot, pedres amb propietats i amulets, entre d'altres. El públic també va tenir l'oportunitat de fer consultes d'autoajuda i creixement personal, orientació i sanació, quiromància i vidència als més de 500 professionals presents als estands del saló.

D'altra banda, va destacar un any més un complet programa formatiu i de divulgació. El 2011, el certamen va incloure conferències, tallers i demostracions que van comptar amb

la participació de més de 50 professors, terapeutes, escriptors i periodistes especialitzats, tant espanyols com procedents de la resta d'Europa i d'Amèrica.

En aquesta edició van adquirir especial protagonisme les llegendes relacionades amb les dates nadalenques i els rituals sobre el canvi d'any i el solstici d'hivern. A més, es van desenvolupar diverses sessions sobre pràctiques metafísiques i paraciències com el *reiki*, les regressions, la canalització o el *fengshui*. Magic, que va acollir novament un cicle de cinema espiritual, va comptar per primera vegada amb una sala de musicoteràpia i il·lusionisme amb espectacles de màgia blanca, biodansa i mentalisme.

+info www.magicinternacional.com

Superfície

5.615 m²

Expositors

150

Caràcter

Públic

Activitats

Tallers, conferències, demostracions, cicle de cinema

Organitza

D'Arbó Productions

500
professionals

+50
ponents



Mobile World Congress

14-17/Febrer

Montjuïc. 6a edició a Barcelona

Poques indústries gaudeixen de la salut del sector de les comunicacions mòbils. L'edició del 2011 del Mobile World Congress va tornar a demostrar que és un dels sectors econòmics més forts i innovadors, i amb més potencial de creixement.

Les més de 1.400 empreses presents en l'esdeveniment van confirmar que l'ecosistema *mobile* té molt futur, com també ho corrobora el fet que se superessin els 60.000 visitants, davant dels 49.000 del 2010.

El programa ministerial de la GSMA també va registrar xifres rècord, després de reunir a Barcelona delegacions governamentals de 131 països.

Durant els quatre dies que va durar el congrés, els directors generals d'empreses com America Mobile, AT & T, China Mobile, Cisco Systems, Ericsson, Google, HTC, Intel,

Microsoft, Nokia, NTT DoCoMo, Qualcomm, RIM, Telefónica, Twitter, Vodafone i Yahoo van debatre les tendències que definiran la indústria del mòbil en el futur. A més del programa principal, les conferències del Mobile World Congress van dedicar-se a una àmplia gamma d'aspectes, com ara les aplicacions en el camp de la publicitat, la banca, la salut, la capacitat de xarxa i les tecnologies de propera generació, entre d'altres.

La segona edició de l'App Planet, un esdeveniment dissenyat per reunir en un determinat emplaçament tots els elements crítics de l'ecosistema d'aplicacions mòbils, va rebre més de 12.000 desenvolupadors i va acollir les conferències organitzades per diverses empreses, entre les quals van destacar el Macworld Mobile, dirigit als programadors d'Apple iOS. Un altre plat fort de l'App Planet va ser el Mobile Cloud Forum,

Superfície

58.600 m² (nets)

Expositors

1.400

Caràcter

Professional

Activitats

Cimera de directius, conferències, sessions tècniques, App Planet

Organitza

GSMA en col·laboració amb Fira de Barcelona

131

països representats

12.000

desenvolupadors d'apps

Barcelona va ser designada Mobile World Capital per al període 2012-2018, cosa que la converteix en referent d'una indústria de gran impacte econòmic i social

centrat en les aplicacions i els serveis oferts directament des d'internet i per mitjà de *smartphones*.

El Mobile World Congress està organitzat per GSMA, l'associació mundial que representa els interessos de prop de 800 operadors de telefonia de 220 països i de més de 200 empreses proveïdores de tecnologia i continguts.

Fira, com a *partner* de GSMA, va assumir, un any més, el procés de preacreditació *on-line*, l'acreditació in situ i el control d'accessos durant la celebració de la conferència, a més de les funcions d'organització i direcció logística de l'esdeveniment, direcció de la restauració i càtering, i serveis d'atenció a expositors i visitants.

Barcelona, Mobile World Capital

La relació entre el sector de la telefonia mòbil i Barcelona va continuar intensificant-se el 2011: la capital catalana va ser designada Mobile World Capital per al període 2012-2018 per la GSMA. El projecte, l'impacte econòmic del qual, al llarg d'aquests anys, s'estima en prop de 3.500 milions d'euros, se sustenta en quatre pilars: Mobile World Congress i Mobile World Hub, centrats sobretot en l'àmbit industrial i empresarial, i Mobile World Center i Mobile World Festival, de major incidència social i ciutadana. Barcelona va convertir-se així en referent mundial de la tecnologia mòbil.

+info www.mobileworldcongress.com





MiBoda

Fira especialitzada en Solucions Nupcials

19-20/Novembre

Montjuïc. 2a edició

Les parelles amb intenció de casar-se van trobar a la fira MiBoda tot el que cal per al gran dia. Gràcies a la presència de les millors marques, els visitants van poder conèixer les últimes propostes en vestits de núvia, nuvi, festa i cerimònia, així com complements, restauració i càtering, decoració i mobiliaris, joieria, fotografia i vídeo, cotxes de lloguer, agències de viatges, floristeries, impremtes, regals i atencions als convidats, llistes de casament, música i animació, perruqueria i maquillatge, i un llarg etcètera.

Per tant, en dues jornades i en un mateix recinte, el públic va tenir al seu abast una àmplia varietat de productes i serveis, presentats pel centenar d'empreses expositores per planificar qualsevol detall relacionat amb la cerimònia, cosa que va convertir el saló en un important aparador de tendències de la indústria nupcial. Així mateix, MiBoda es va consolidar en la seva segona edició com

a plataforma comercial de referència per als professionals del sector en promoure les vendes i nous contactes.

A més de mostrar les últimes novetats, els visitants organitzar el seu casament allà mateix: encarregar les aliances, les invitacions, els regals per als assistents, el cotxe nupcial, el fotògraf... i fins i tot contactar amb professionals especialitzats a amenitzar festes, fer proves de maquillatge i perruqueria o encarregar el restaurant de l'enllaç i reservar el viatge de noces, entre altres serveis. MiBoda va oferir als interessats tot el que cal per a un casament a mida.

+info www.miboda.cat/es

Superfície

8.000 m²

Expositors

100

Caràcter

Públic

Organitza

Flaqué Internacional

Un aparador de tendències de la indústria nupcial i plataforma comercial de referència

Els visitants van poder organitzar un casament a mida



Nivalia & Outdoor Sports

04-06/Novembre

Montjuïc. 21a edició

El saló Nivalia & Outdoor Sports va tornar al recinte de Montjuïc amb un format adaptat a la conjuntura econòmica i un enfocament molt pràctic i comercial per contribuir a dinamitzar les vendes dels establiments esportius participants. A més de presentar les últimes novetats del sector, van oferir productes d'estoc de l'any anterior a meitat de preu. Entre els articles més venuts van destacar els esquís i el material d'snowboard.

Els descomptes i promocions del saló van animar el públic (majoritàriament joves i famílies) a comprar peces tècniques, complements i material d'esquí i a buscar escapades a destinacions de neu per a la nova temporada.

En aquest sentit, les estacions d'esquí de Catalunya, el sud de França, Andorra i els Alps italians van presentar les seves novetats i van iniciar la venda de forfets 2011-2012. Així mateix diverses agències de viatges

especialitzades en neu, que operen majoritàriament a través d'internet, van presentar les seves propostes per a caps de setmana, ponts i Nadal.

Es va constatar que els preus de les estades amb forfets havien baixat un 15 % de mitjana respecte als preus dels anys anteriors, i que la contractació se sol fer a últim moment per aconseguir ofertes millors.

Nivalia va oferir als visitants un complet programa d'oci familiar, destacant el Pop This Tour, competició urbana de salt d'altura en surf de neu per a joves entre 15 i 25 anys, un rocòdrom infantil, circuits de bicicletes per a travessies de muntanya i demostracions per aprendre a usar les raquetes de neu.

+info www.nivalia.com

Superfície	4.000 m ²
Expositors	51
Caràcter	Públic
Activitats	Competicions, demostracions, circuits
Els esquís i el material de snowboard van ser els articles més venuts	
Complet programa d'oci familiar	



Saló Nàutic Internacional de Barcelona

05-13/Novembre

Gran Via i Port Vell. 50a edició

El 2011, el Saló Nàutic de Barcelona va celebrar una edició molt especial amb motiu de seu 50è aniversari. Tot i el difícil entorn econòmic, va contribuir a dinamitzar l'activitat comercial del mercat nàutic espanyol, promovent noves vendes i contactes.

Com a reconeixement a la seva tasca a favor de la promoció del sector i la internacionalització de la capital barcelonina durant tots aquests anys, l'Ajuntament de Barcelona li va atorgar la Medalla d'Or al Mèrit Esportiu. L'efemèride va ser celebrada, entre altres activitats, amb l'edició d'un llibre, una exposició i l'emissió d'un segell i una medalla commemoratius.

El certamen va congrega la major oferta d'Espanya en nàutica esportiva i d'esbarjo, amb expositors nacionals i estrangers repartits entre el recinte de Gran Via i l'Exposició Flotant del Port Vell, on es van

poder admirar més de 130 vaixells de gran eslora. Entitats com Deutsche Bank, Banc de Sabadell, CGMER o Banque Populaire Côte d'Azur van posar a disposició del públic productes financers dissenyats específicament per facilitar la compra de vaixells i amarratges.

El saló, que va rebre més de 108.000 visitants, va presentar les últimes tendències de la indústria nàutica, que aposta cada vegada més per l'ecologia i la funcionalitat. Així mateix, es van desenvolupar prop de 200 activitats, totes amb gran acollida per part del públic. Hi va destacar una gran regata que va reunir en el litoral barceloní 700 embarcacions i un miler de navegants nacionals i internacionals.

D'aquesta manera, la ciutat es va convertir en la capital europea de la nàutica i en centre d'atenció de professionals i aficio-

Superfície

74.700 m²

Expositors

324 /130 vaixells
(en l'exposició flotant al Port Vell)

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Conferències, presentacions de regates, lliurament de premis, tallers de marina tradicional, pràctiques de vela lleugera, simuladors de pesca i navegació

+200
activitats

Amb motiu del 50 aniversari del saló, es va celebrar una regata que va reunir 700 embarcacions i un miler de navegants nacionals i internacionals al litoral barceloní

nats, que van poder gaudir d'aquest gran espectacle organitzat amb la col·laboració de la Federació Catalana de Vela i moltes empreses, entitats nàutiques i institucions.

També es van celebrar regates virtuals, baptismes de mar, sortejos de creuers, presentacions de regates i seminaris, demostracions de conducció amb remolc, simuladors de pesca i xerrades de navegants, entre altres activitats, perquè la ciutat descobrís totes les possibilitats de la navegació i el món de la nàutica.

En el Village, instal·lat al Port Vell, i convertit en el punt neuràlgic del saló, es van reunir empresaris, esportistes i aficionats del món de la nàutica.

En aquest sentit, el saló va tornar a actuar com a gran cimera sectorial per debatre sobre la indústria nàutica a Espanya i buscar solucions als nous reptes plantejats. Com a exemple palpable destaca l'acord a què van arribar Fira de Barcelona i l'Associació Nacional d'Empreses Nàutiques (ANEN) per crear una comissió que es dediqui a perfilar les línies bàsiques que han de marcar l'evolució del saló en els propers anys, adaptant-se a les necessitats d'expositors i visitants, en un entorn econòmic canviant, i apostant per més promoció comercial i la projecció cap a l'exterior.

+info www.salonnautico.com





Ocasión

Saló del Vehicle Garantit

02-11/Desembre

Montjuïc. 31a edició

El Saló Ocasión, organitzat amb la col·laboració de la Federació Catalana de Venedors de Vehicles de Motor (FCVM), va registrar uns resultats excel·lents, com correspon a una conjuntura econòmica en què les oportunitats es revaloren notablement. En deu dies es van vendre 706 vehicles seminueus, un 36% més que el 2010, per un valor de gairebé 15 milions d'euros.

Es van comercialitzar sobretot vehicles de gamma mitjana, amb un preu entre 12.000 i 24.000 euros, encara que s'hi van exposar cotxes per a tots els gustos, necessitats i butxaques, des d'utilitaris fins al segment *premium*, a més d'algunes unitats de luxe.

Les principals marques mundials van participar al certamen, a través de les seves divisions de vehicle d'ocasió, concessionaris oficials i empreses de compravenda. S'hi van exhibir 1.425 vehicles, de km 0, de gerència,

de flotes d'empresa o de rènting, de menys de cinc anys i revisats tècnicament per l'empresa Dekra per acreditar el seu perfecte funcionament. El preu mitjà dels automòbils a la venda va ser del 70% del seu valor original.

Les marques participants van expressar la seva satisfacció pels interessants resultats obtinguts i el paper del saló com a dinamitzador del mercat d'ocasió a Catalunya, ja que no només s'animen les vendes durant el certamen, sinó que genera, a més, altres operacions que s'acaben tancant a les instal·lacions dels concessionaris durant els dies posteriors a la celebració de l'esdeveniment. A Ocasión 2011, les vendes realitzades després de la clausura van superar el centenar de vehicles.

+info www.salonocasion.com

Superfície

11.000 m²

Expositors

45

Caràcter

Públic

1.425

vehicles exposats

706

cotxes venuts

36%

d'augment d'operacions
comercials



Personal Espanya

Exposició Professional de Recursos Humans

23-24/Març

Montjuïc. 4a edició

Coincidint una vegada més amb la Setmana de la Formació i el Treball, l'Exposició Professional de Recursos Humans, Personal Espanya, va tornar a convertir-se en el punt de referència per a directius i tècnics d'aquesta especialitat i per a empreses de selecció de personal del nostre país. El diàleg, la discussió i la comunicació *face-to-face* entre proveïdors i clients són característiques determinants d'aquest consolidat esdeveniment.

A més de l'oferta comercial de productes i serveis per a l'àmbit dels recursos humans, va destacar especialment el vessant formatiu, centrat en temes bàsics com la retenció del talent, els models de gestió empresarial i el treball en equip. Es van celebrar més de 30 debats, conferències i casos pràctics per tal d'analitzar les últimes tendències en recursos humans adaptades a l'actual entorn econòmic i a un nou marc tecnològic, cada cop més consolidat.

Els principals conferenciant d'aquesta edició van ser Tomás Pereda, director de Recursos Humans de Hertz Energy; Jil van Ayle, especialitzat en el *teaming* solidari; Amparo Díaz-Llauró, que es va centrar en com atrapar el talent en les xarxes socials; Humberto Salerno, escriptor i periodista que va donar a les empreses les claus per motivar el seu personal i promocionar el talent, la multiculturalitat i el treball en equip.

D'altra banda, a la zona d'Acció Training van tenir un ampli seguiment els tallers sobre motivació, *coaching*, horaris 2.0 i selecció de personal a través de les xarxes socials, així com el Meeting Point, un espai per a l'intercanvi d'experiències i informació entre professionals.

+info www.personal-espana.com

Superfície

4.000 m²

Expositors

40

Caràcter

Professional

Activitats

Conferències, debats, espais d'entrevistes, tallers, jornades tècniques

Organitza

Spring Messe Management

+30

debats i conferències



Piscina BCN

Saló Internacional de la Piscina

18-21/Octubre

Gran Via. 10a edició

El saló va convertir la ciutat de Barcelona en la capital mundial del sector de les piscines, el *wellness* i les instal·lacions aquàtiques, gràcies a la concentració en el recinte de Gran Via de les empreses més importants del sector, el 63% de les quals internacionals, procedents de 22 països. Així mateix, va rebre prop de 19.000 visitants, el 45% dels quals estrangers, provinents de 127 països, especialment de França, Itàlia, el Regne Unit, Suècia, Israel, Turquia, Rússia, Alemanya, els Estats Units i el Brasil.

El certamen va permetre prendre el pols aquest sector que, malgrat la crisi, manté un alt dinamisme gràcies a les exportacions i al fet d'haver-se centrat en la renovació i la conservació del parc de piscines que hi ha a Espanya, que, amb més d'1.100.000 unitats, és el quart país mundial pel que fa a nombre de piscines instal·lades i suposa el 7% del mercat mundial del sector.

Innovació i sostenibilitat van ser els conceptes clau de la convocatòria dels premis Piscina BCN 2011. El jurat va premiar el filtre d'aigua Davinci Magnapool System, de l'empresa australiana Poolrite Europe, amb el premi a la Innovació, i va concedir el guardó a la Sostenibilitat al paviment ecològic Visendum, de la firma espanyola Comaclara Systems.

El saló va ser també el marc del 3r Congrés Iberoamericà d'Instal·lacions Esportives i Recreatives (CIDYR), que va reunir a Barcelona prop de 150 professionals. També es van celebrar diverses jornades tècniques, que van abordar temes com el futur del *wellness*, la situació del mercat de la piscina a altres països o la seguretat dels parcs aquàtics, i en què van participar 30 ponents i 350 professionals nacionals i estrangers.

+info www.salonpiscina.com

Superfície

31.000 m²

Expositors

300

Caràcter

Professional

Activitats

3r Congrés Iberoamericà d'Instal·lacions Esportives i Recreatives, premis Piscina BCN a la Innovació i la Sostenibilitat, jornades tècniques

63%

expositors
internacionals



Setmana Internacional de l'Animal de Companyia

29/Setembre-02/Octubre

Montjuïc. 1a edició (2n Mascota / 4t Iberzoo / 46è Congrés AVEPA)

Barcelona es va convertir en ciutat de referència per a professionals i amants de les mascotes gràcies a la primera Setmana Internacional de l'Animal de Companyia, l'esdeveniment més important d'aquesta especialitat a Espanya. La iniciativa va integrar el saló Mascota, la fira Iberzoo i el Congrés de Veterinaris del Sud d'Europa.

La trobada va ser valorada molt positivament per part dels expositors, ja que la coincidència de fabricants, distribuïdors, veterinaris i consumidors en un mateix recinte i dates va permetre aprofitar sinergies i va contribuir a dinamitzar un sector amb gran potencial de desenvolupament a Espanya.

Al saló Mascota de Fira de Barcelona, celebrat durant el cap de setmana, el públic va poder conèixer les novetats del mercat i gaudir de diverses activitats, com exhibicions d'acrobàcies i ensinistrament, desfilades de

moda canina, exposicions d'animals, demostracions de rescat i detecció de drogues, concursos de bellesa i una mostra de més de 150 aquaris i 400 peixos tropicals, entre altres.

Paral·lelament, va tenir lloc la fira professional Iberzoo, organitzada per l'Associació Espanyola de Distribuïdors de Productes per a Animals de Companyia (AEDPAC), que es va celebrar per primera vegada a Barcelona. Va exhibir l'oferta de 110 empreses nacionals i internacionals dedicades a l'alimentació, els accessoris i la cura de les mascotes.

Per la seva banda, el Congrés de Veterinaris del Sud d'Europa (AVEPA-SEVC) va comptar amb la presència d'experts de 31 països.

+info www.salonmascota.com

+info www.iberzoo.com

+info www.sevc.com

Superfície

30.000 m²

Expositors

300

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Conferències professionals, concurs de perruqueria i bellesa canina, desfilades de moda, exhibicions d'ensinistrament, exposició d'animals de diferents espècies

Organitza

Fira de Barcelona (Mascota), AEDPAC (Iberzoo) i AVEPA (congrés veterinari)



Setmana de la Formació i el Treball

23-27/Març

Montjuïc

Prop de 75.000 joves, acabats de llicenciar i professionals interessats a ampliar els seus estudis van assistir, un any més, a la Setmana de la Formació i el Treball, una de les grans cites del món educatiu del nostre país.

Dins d'aquest marc, el Saló de l'Ensenyament es va convertir en aparador de la gran varietat de carreres universitàries i estudis superiors que es poden emprendre després de l'Educació Secundària Obligatòria (ESO), així com dels programes per aprendre idiomes, promoguts per l'Associació Espanyola de Promotors de Cursos a l'Estranger (ASEPROCE).

Com a novetat, els cicles de Formació Professional (FP), considerats actualment una de les millors vies per accedir al món laboral, van tenir un espai específic, coordinat per la Fundació BCN Formació Professional, i amb la participació d'empreses i centres especialit-

zats per informar i assessorar els interessats sobre les titulacions vigents en formació professional i les sortides laborals.

Altres atractius del certamen també van ser l'àrea «Recerca en Acció», impulsada per Talència, la institució dedicada al foment de la investigació de la Generalitat i dedicada als estudis científics, així com la zona multimèdia del Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

Com en edicions anteriors, el saló va posar a disposició dels joves i les seves famílies el Servei d'Atenció a l'Estudiant, on experts del portal especialitzat Educaweb els van assessorar sobre la formació que més s'adapta a les seves preferències i aptituds. Paral·lelament, el Departament d'Ensenyament de la Generalitat i el Consell Interuniversitari van oferir sessions informatives i serveis d'orientació personalit-

SALÓ DE L'ENSENYAMENT

23-27/03

Montjuïc

22a edició

Superfície

17.000 m²

Expositors

175

Caràcter

Públic

Activitats

Àrees científiques, de dinamització multimèdia i idiomes, xerrades informatives per a famílies, conferències sobre FP, servei d'orientació a l'estudiant

FUTURA

25-26/03

Montjuïc

8a edició

Superfície1.880 m²**Expositors**

45

Caràcter

Públic

Activitats

Tallers de cerca de feina, conferències sobre professions amb futur, jornades de Món Empresarial

zada per resoldre dubtes pel que fa a l'itinerari acadèmic que pot seguir-se després de les proves d'accés a la universitat, sobre el Pla Bolonya o sobre les beques i ajuts disponibles.

En el marc de la Setmana de la Formació, també es va celebrar el saló Futura, que va recollir l'oferta de màsters i postgraus oferts per centres tant nacionals com internacionals: universitats públiques i privades, escoles de negocis, centres de formació contínua i col·legis professionals. Es tracta d'estudis que, en temps de crisi, es perfilen com a bones alternatives per accedir a un mercat laboral cada vegada més competitiu i amb demanda de personal qualificat.

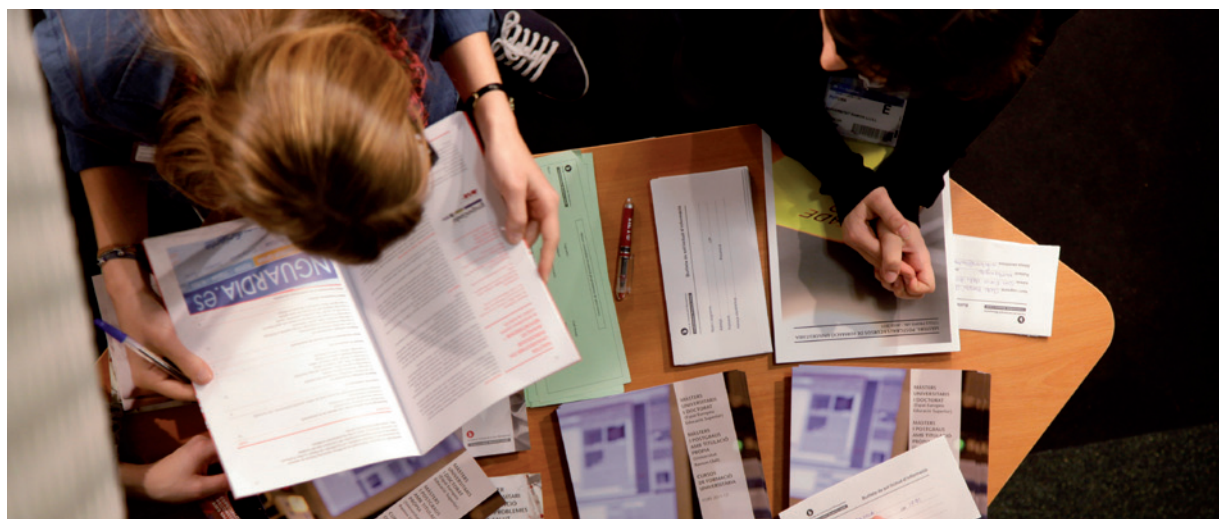
Futura va atreure acabats de llicenciar que volien especialitzar-se, titulats desocupats i professionals en actiu que cercaven noves

perspectives laborals. Els visitants van poder, a més, participar en tallers sobre com trobar feina i com identificar el seu potencial i punts forts, organitzats per l'organisme municipal Barcelona Activa, i assistir a la conferència d'Infojobs dedicada a les oportunitats que ofereixen les professions relacionades amb internet.

Paral·lelament, la publicació Món Empresarial va organitzar una jornada per debatre sobre el poder de la societat per canviar la situació econòmica; l'esdeveniment va comptar amb la presència de representants de col·legis professionals, administracions, universitats i fundacions de Catalunya.

+info www.ensenyament.com

+info www.salofutura.com





SIL

Saló Internacional de la Logística i la Manutenció

07-10/Juny

Gran Via. 13a edició

La nova edició del Saló Internacional de la Logística i la Manutenció (SIL), celebrada en una difícil conjuntura econòmica, va comptar amb més de 600 empreses, 100 novetats mundials i 250 actes. Amb la visita d'aproximadament 51.000 professionals, l'edició del 2011 va consolidar el SIL com a referent del sector logístic.

Amb un 40% d'expositors procedents de 63 països, el saló va ser l'escenari per al desenvolupament de negocis de referència en el camp de la logística. Aquesta trobada va propiciar que delegacions comercials de la Xina, Turquia, Egipte i els Estats Units, entre altres països, mantinguessin entrevistes comercials amb les empreses expositores.

A més, el saló va organitzar un amplíssim programa de sessions tècniques a les quals van assistir més de 3.200 especialistes. Un any més SIL va ser el punt de trobada dels profes-

sionals i empreses de l'àrea mediterrània amb la celebració del 9e Fòrum Mediterrani de la Logística i el Transport, així com la quarta cimera Mediterrània de Ports.

Entre les novetats d'aquesta edició, va destacar una nova zona d'exposició: el SIL Centre de Transport Logístic que, amb la col·laboració de l'Associació dels Centres de Transport d'Espanya (ACTE), va donar cabuda a plataformes logístiques i intermodals i zones d'activitat logística (o ZAL) de tot el país. També es van celebrar dos nous *workshops* sectorials dedicats al comerç electrònic i a la química.

+info www.silbcn.com

Superfície

31.855 m²

Expositors

600

Caràcter

Professional

Activitats

Conferències, jornades tècniques, premis, trobades empresarials

Organitza

Consorci de la Zona Franca

250

esdeveniments
celebrats



Snackex

13-14/Juny

Gran Via. 14a edició (1a a Barcelona)

Snackex és l'únic saló europeu dedicat a la indústria dels snacks o aperitius salats i va rebre visitants de 70 països de tot el món. Gairebé la meitat dels assistents procedien d'Europa Occidental, si bé, van destacar també de Rússia, Europa de l'Est, els Estats Units i la Xina.

Hi van participar com a expositors empreses dedicades a la producció i comercialització d'aperitius salats, patates fregides, xips de blat de moro, cacauets, altres fruits secs com ametlles i festucs, coquetes, galetes salades, crispetes de blat de moro i productes d'arròs, entre una àmplia gamma d'articles que cada any, juntament amb la línia clàssica, presenta propostes innovadores.

Així mateix, al saló hi van assistir fabricants i proveïdors d'equips de processament, envàs i embalatge, laboratoris i control, aromatitzants i condiments, etiquetat i equips de

codificació, seguretat, logística i distribució, màrqueting i consultoria.

Snackex es va reafirmar com una cita oblidada tant per al sector productiu com per a importadors, exportadors, comerciants, detallistes i distribuïdors d'una activitat alimentària amb un fort impacte econòmic i que està present arreu del món.

A més de l'exposició de productes, el saló va organitzar unes jornades tècniques dedicades a debatre aspectes crucials per al sector, com la informació al consumidor, la seguretat alimentària, les tendències del mercat, la producció sostenible, la innovació i la comercialització d'aliments per a nens.

Superfície

7.500 m²

Expositors

155

Caràcter

Professional

Activitats

Jornades tècniques

Organitza

European Snacks Association

L'únic saló europeu dedicat a la indústria dels snacks

70

països van aportar visitants

+info www.snackex.com



Smart City Expo & World Congress

Cimera sobre Ciutats Intel·ligents

29/Novembre - 02/Desembre

Gran Via. 1a edició

L'any 2050 el 75% de la població mundial viurà a les ciutats, que constituïran el principal motor de la societat. Aquesta previsió obliga a reflexionar sobre com les urbs absorbiran la població i gestionaran els recursos existents per garantir la qualitat de vida dels habitants de manera sostenible.

Fira de Barcelona, en la seva línia d'apostar pels nous sectors d'alt valor afegit i per la responsabilitat mediambiental, va crear Smart City Expo & World Congress, la cimera internacional per abordar els reptes que planteja aquest escenari i contribuir a redefinir les actuals ciutats.

L'esdeveniment va reunir responsables d'administracions públiques, experts, professionals i empreses que van analitzar els processos de desenvolupament i el funcionament de les ciutats intel·ligents. La combinació d'un programa congressual de primer

nivell i d'un espai expositiu en què van estar presents les principals empreses d'aquest nou sector econòmic van convertir l'esdeveniment, ja des de la seva primera edició, en una cita de referència internacional.

Entre altres, hi van participar delegacions de Bangalore, Birmingham, Bolonya, Buenos Aires, Màlaga, París, Portland, Rio de Janeiro, San Francisco, Santander, Santiago de Xile, São Paulo, Seül, Sydney, Tongxian i Vitacura.

El congrés va comptar amb 290 ponents i es va estructurar en set àmbits temàtics: ICT Basis, Living & People, Urban Planificaton, Governance & Funding, Environment, Energy i Mobility. Entre els ponents van figurar alguns dels principals experts del sector, com ara Carlo Ratti, director del SENSEable City Lab del Massachusetts Institute of Technology (MIT); Anthony Townsend, director d'investigació de l'Institute for the

Superfície

17.300 m²

Expositors

118

Caràcter

Professional

Activitats

Premis, àmbits temàtics, sessions especialitzades

L'esdeveniment, ja des de la primera edició, s'ha convertit en referència internacional

290

ponents

Una aposta pels sectors d'alt valor afegit i una contribució al debat de com les ciutats absorbiran la població i gestionaran els recursos

Future; i Jeremy Rikfin, impulsor de la Foundation on Economic Trends.

El programa el van completar quatre esdeveniments temàtics paral·lels: Smart Spain, sobre projectes a Espanya; Smart Rural, dedicat a tendències en el món rural; Smart Green, sobre la importància de les zones verdes urbanes i el consum ecològic; i l'International Railway Forum, que va explorar les sinergies relacionades amb l'àmbit ferroviari.

Cal destacar que, per tal de sumar oportunitats, el saló BcnRail –dedicat a la indústria del transport ferroviari– es va celebrar coincidint amb l'Smart City & Expo.

A més, l'European Vehicle Initiative, que reuneix representants d'empreses i administracions públiques dels països en què l'ús del

cotxe elèctric està més avançat, va escollir l'esdeveniment per celebrar una sessió de seu Advanced Vehicle Leadership Forum.

Al saló es van lliurar els World Smart City Awards, premis de reconeixement als principals projectes de ciutats intel·ligents. En la seva primera edició, els guardons van recaure sobre Yokohama (Japó), en la categoria de ciutat; Niça (França), pel seu programa de gestió integral de mobilitat; i Agbar, pel desenvolupament d'una eina per al control i la gestió dels recursos i la infraestructura hídrica a la ciutat.

+info www.smartcityexpo.com





Sonimagfoto & Multimedia

Saló Internacional de la Fotografia i la Imatge

23-27/Març

Gran Via. 11a edició

El món de la imatge i la fotografia va celebrar la seva trobada biennal per excel·lència al recinte de Gran Via. Sonimagfoto & Multimedia va estrenar en la seva 11a edició nova ubicació, amb la voluntat de coincidir en dates i recinte amb el saló Graphispag, dedicat a la indústria gràfica.

La nova convocatòria del Saló Internacional de la Fotografia i la Imatge va posar de manifest una vegada més, amb l'arribada del vídeo en 3D, que el sector no coneix barreres. Aquesta nova tecnologia, com també l'alta definició o l'HDR, va deixar ben clar que la innovació forma part de l'ADN de les empreses del sector.

L'aposta inequívoca per les exposicions inèdites de fotògrafs de prestigi va quedar palesa amb dos dels plats forts del saló: «El color de Ciutat Vella», de Joan Colom, i «Through the Looking Glass», de Joan Fontcuberta.

Colom va mostrar una selecció de les millors instantànies de la seva fins llavors inèdita obra en color. Fontcuberta, per la seva banda, va dissenyar una instal·lació per reflexionar sobre l'exhibicionisme dels autoretrats i la seva proliferació a les xarxes socials, tant com a mecanisme per a la seducció com per a la construcció de la pròpia identitat.

La formació de qualitat, els cursos, els tallers i les conferències per a professionals i *amateurs* de la imatge i la tecnologia multimèdia van ser també pedres angulars del saló, i així ho va reflectir el programa d'activitats on, una edició més, l'Aula Digital Adobe i els *workshops* de l'AFP van figurar entre les conferències de més èxit.

Superfície

11.800 m²

Expositors

200

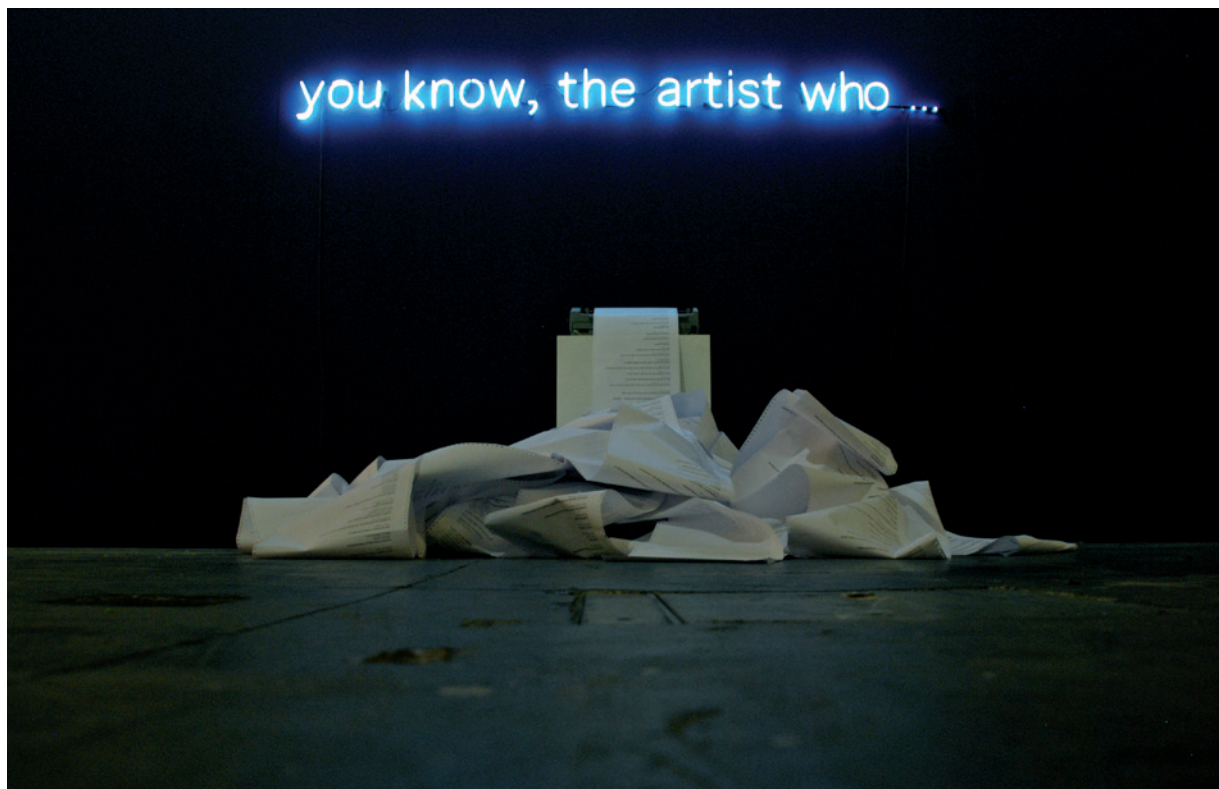
Caràcter

Professional i de públic

Activitats

Aula Digital Adobe, Workshop Casanova, Plató fotogràfic Cromalite, 6a Beca Sonimagfoto, exposicions i instal·lacions, conferències i Fòrum sobre Fotografia de Casaments

Coincidència en dates i recinte amb Graphispag



Swab

Fira Internacional d'Art Contemporani de Barcelona

26-29/Maig

Montjuïc. 2a edició

La fira Swab es va consolidar com un dels esdeveniments culturals de l'any a Barcelona i com una alternativa innovadora en la seva especialitat. En aquesta edició va créixer en oferta i espai expositiu: hi van participar 48 galeries nacionals i internacionals, un 50 % més que l'any anterior, i es va traslladar del pavelló Z6 al palau 2 del recinte de Montjuïc.

El certamen va presentar algunes de les millors col·leccions d'art actual amb l'objectiu de promocionar les creacions d'artistes emergents i acostar el món del col·leccionisme als joves. S'hi van exposar escultures, pintures, dibuixos i vídeos procedents de 13 països, entre els quals van destacar França, Alemanya, el Regne Unit, la República Txeca, Suïssa, l'Argentina, Mèxic i els Estats Units, a més d'Espanya.

Gràcies a l'acord amb el saló Preview Berlin, el Swab va mostrar peces de cinc galeries

berlineses i, així mateix, va donar l'oportunitat a una selecció de galeries barcelonines i espanyoles de participar en la fira alemanya, celebrada al setembre. Com a novetat, Swab va acollir els nous espais Art Projects i MYFAF (My First Art Fair), amb les propostes de galeries de nova creació, seleccionades prèviament per un comitè d'experts, així com la zona Swab Kids, dedicada als més petits.

Per primera vegada, el certamen va portar l'art contemporani al carrer per mitjà d'activitats en diversos espais urbans. Sota el títol Swab Off, es van organitzar exposicions, col·loquis, tallers i *performances*, entre les quals va destacar la mostra «Dibuix, representació i discurs de les col·leccions particulars d'art contemporani de Barcelona», en què van participar 22 artistes internacionals.

+info <http://swab.es>

Superfície

1.800 m² (nets)

Expositors

48

Caràcter

Professional i públic

Activitats

Concerts, col·loquis, *performances*, exposicions

Organitza

Barcelona Espai d'Art Contemporani Diezy7

13

països participants



¡¡Taxi!!

Fira del Taxi

12-13/Novembre

Montjuïc. 4a edició

Dirigida als professionals taxistes i a les empreses interessades en el sector, la fira dedicada al taxi va tornar amb una nova edició al recinte de Montjuïc.

Seguint l'exemple de salons especialitzats com els de Colònia i París, el certamen, impulsat per la iniciativa dels professionals de Catalunya, s'ha consolidat com a punt de trobada per a les indústries, comerços i serveis relacionats amb el taxi a Espanya. Les organitzacions sectorials que col·laboren en el seu desenvolupament pretenen que el saló, a més, es converteixi en un esdeveniment que combini les relacions entre els professionals amb la informació sobre les últimes novetats del mercat del taxi i les tendències del futur.

En aquesta edició hi van participar, entre altres, empreses especialitzades en automoció, accessoris, adaptació de vehicles, tallers,

recanvis i pneumàtics; fabricants de taxímetres, gestió de flotes, GPS i sistemes tecnològics; firmes de combustibles; companyies d'assegurances, entitats bancàries i serveis financers; escoles de formació; serveis de comunicació, i sistemes de seguretat.

Entre les novetats presentades, van destacar els combustibles ecològics de Repsol i Gas Natural, així com un nou sistema, creat per una empresa catalana, que informa els taxistes per mitjà del mòbil sobre el lloc on hi ha més demanda de servei, com passa, per exemple, a la sortida d'un concert o després de la celebració d'un congrés.

La Fira del Taxi va iniciar una nova etapa en què alterna la seva celebració entre Barcelona i Madrid.

+info www.firadeltaxi.cat

Superfície

15.500 m²

Expositors

42

Caràcter

Professional

Activitats

Demostracions

Organitza

Mosaik, Organización y Comunicación

Entre les novetats presentades van destacar els combustibles ecològics i els sistemes d'informació sobre la demanda de taxis



Saló Internacional del Turisme de Catalunya

07-10/Abril

Montjuïc. 20a edició

Els nous formats turístics i la il·lusió per viatjar van ser la clau d'aquesta edició. Els catalans, que generen gairebé el 30% del turisme nacional que viatja a l'estranger i el 40% del total de desplaçaments, van tornar a omplir el saló buscant qualsevol tipus d'informació sobre destinacions i propostes nacionals i internacionals.

Per primera vegada, el saló va dedicar el seu primer dia únicament als professionals, prop de 3.300, que van participar a la trobada sectorial que l'Associació Catalana d'Agències de Viatges (ACAV) organitza anualment, i al Congrés Internacional de Turisme i Dret.

D'altra banda, la 1a Trobada de *Bloggers* va comptar amb 40 ponents especialitzats en viatges, que van compartir les seves experiències personals amb els més de 300 assistents i van donar consells útils per viatjar al voltant del món amb un pressupost reduït.

El país i la ciutat convidats, Algèria i Bilbao, van compartir protagonisme amb la Porta del Desert, una zona dedicada al món àrab; amb el Pink Corner, centrat en el turisme gai; i amb Expocruceros, zona especialitzada en l'oferta de creuers.

Es van atorgar diversos premis, organitzats amb la col·laboració del Centre d'Estudis Tècnics Turístics CETT: l'Alimara-Cat, que va anar a parar a mans d'Oñati, d'Oñatiko Gara-pen Eta Turismo Ajentzia; l'Alimara a les institucions estatals, autonòmiques i regionals, que va recaure en la campanya «Astúries, ho diu tothom», de la Sociedad Regional de Turismo, SA; i un guardó a la guia en braille editada pel Patronat de Turisme Costa Brava de Girona.

+info www.saloturisme.com

Superfície

40.000 m²

Expositors

1.120

Caràcter

Professional
i al públic

Activitats

Workshop d'ACAV-SITC;
premis Alimara; Trobada
de *Bloggers*

3.300

professionals
en la trobada sectorial

40

bloggers de viatges

Congressos i altres esdeveniments

Congressos de la salut i professionals

El 2011 es van celebrar a Fira de Barcelona nombrosos congressos i trobades, especialment en el camp de les ciències de la salut.

Assenyalem de manera especial la reunió de la Societat Espanyola de Bioquímica i Biologia Molecular, que va comptar amb la presència de nombrosos investigadors nacionals i internacionals; el congrés de la Societat Internacional d'Epidemiologia Ambiental, així com les Jornades Catalanes d'Hipertensió Arterial i les reunions de la Societat Catalana d'Oftalmologia.

Altres congressos

- International Conference on Computer Vision
- Jornada d'Actualització de Medicina Update 2011 de la Fundació Acadèmia de Ciències Mèdiques i de la Salut de Catalunya i Balears
- Dia de les Malalties Minoritàries
- Congrés d'Assessories i Despatxos Legals
- Fòrum Tecnio sobre transferència tecnològica
- Wineries for Climate Protection
- Família Unida
- BAC Barcelona
- Magic: The Gathering Grand Prix Barcelona

Així mateix, les instal·lacions de Fira van acollir prop de 50 actes d'àmbit corporatiu i empresarial, institucional i polític, social, cultural i esportiu, rodats publicitaris i sessions fotogràfiques.

Música, esport, cultura

Per la seva especial transcendència ciutadana, destaquem la celebració de diverses propostes en el camp de la música, la cultura, l'esport i el lleure.



En l'àmbit de l'esport, cal assenyalar la Marató de Barcelona, la tradicional cursa Jean Bouin i el Ral·li Costa Brava de cotxes antics. Respecte a les celebracions populars ciutadanes, destaquen activitats lligades a les Festes de la Mercè i la Cavalcada de Reis.

Un any més, el recinte de Gran Via de Fira es va convertir en l'escenari nocturn del Sónar, el Festival de Música Avançada i Art Multimèdia de Barcelona que organitza Advanced Music. El festival va reunir al voltant de 85.000 persones, de les quals aproximadament la meitat van participar a sessions de nit que van tenir lloc del 14 al 16 de juny. Les diürnes, exposicions i altres activitats, com el Sónar Kids, van tenir com a marc el CCCB, el Macba, el CaixaForum i l'Auditori.

El Sónar, una reeixida combinació d'art d'avantguarda i experimentació amb música electrònica, s'ha convertit en un dels festivals de referència d'arreu del món. A més d'atraure públic internacional, ha traspassat les fronteres del país amb la celebració d'edicions a Londres, Nova York, Buenos Aires, Sao Paulo, Seül, Frankfurt, Chicago i Tòquio.

Harley Days i «La Marató» de TV3

Barcelona Harley Days, de gran repercussió pública, ha adquirit carta de naturalesa a la ciutat i s'ha convertit en el més important esdeveniment dels usuaris i seguidors de la mítica motocicleta a Europa. La nova trobada, celebrada al mes de juliol, va aplegar unes 18.000 Harley arribades d'arreu del món, moltes de les quals van participar en la tradicional desfilada de banderes pels carrers de Barcelona al llarg de 13 quilòmetres.

Els aficionats van poder gaudir de les instal·lacions a l'avinguda de Maria Cristina de Barcelona, així com de rutes guiades, el Custom Bike Show, exposicions dels darrers models, simuladors, motos customitzades i clàssiques, la Carpa Experience i nombroses activitats musicals i de lleure.

El desembre del 2011, el palau número 1 del recinte de Montjuïc, cedit per Fira de Barcelona, es va convertir en el gran centre telefònic de «La Marató» de TV3, dedicada en aquesta ocasió a recaptar fons per a la investigació sobre medicina regenerativa i trasplantament d'òrgans i teixits.



Fira va acollir nombrosos congressos i reunions, especialment en l'àmbit de la salut.

Al servei de l'activitat firal

El 2011, la intensa activitat comercial de Fira de Barcelona es va centrar, en gran mesura, en l'estratègia de venda de proximitat; per a això va oferir a les empreses expositores serveis integrals adaptats a la situació del mercat i al complex context de crisi.

Es van fer més de 4.800 visites a expositors potencials, cosa que va suposar un augment notable respecte al 2010. Es van multiplicar també els contactes telefònics, que van arribar als 20.200, i les promocions *on-line*, cosa que va incidir positivament en l'augment del nombre d'expositors.

Cal destacar que aquestes relacions comercials, desenvolupades per equips amb formació específica, van donar com a resultat un important augment de l'efectivitat de les visites realitzades, fins al 39%, sis punts més que el 2010.

Els equips de Fira van focalitzar bona part de la seva oferta en els «packs» dissenyats específicament per a cada saló (espai, construcció de l'estand, mobiliari, serveis, accés a Internet, aparcament, etcètera) mitjançant ServiFira Project. En aquest sentit, cal destacar que el 57% dels expositors participants va triar aquesta modalitat, i que el 30% va sol·licitar els serveis de càterring de GastroFira.

A més, es van comercialitzar nous productes que suposen un augment de valor per al client com la promoció *on-line* i el patrocini.

Eines per afavorir els contactes comercials

Amb l'objectiu de fomentar la comunicació entre visitants i expositors i incrementar, per tant, les oportunitats de negoci (el que es coneix com a *Business Match*), Fira va



Fira va dedicar el 2011 més personal al contacte directe amb el client, ja sigui organitzador, expositor o visitant.

desenvolupar una nova plataforma que adopta les pràctiques de les xarxes socials per maximitzar el benefici de la participació en un esdeveniment.

Des del punt de vista del visitant, aquesta plataforma permet elaborar i optimitzar amb antelació una agenda personal per als dies de la celebració del saló, ja que, en funció del perfil de cada visitant, l'eina és capaç de suggerir expositors d'interès als quals plantejar propostes de reunió durant el certamen. A més, possibilita inscriure's en les diverses activitats que realitzen els expositors.

Des de la perspectiva de l'expositor, abans de la inauguració de l'esdeveniment, se suggereix el contacte amb visitants potencialment interessants i es facilita l'agenda de reunions. També serveix com a plataforma de màrqueting orientada als visitants per convidar-los a participar en demostracions i activitats.

Nous locals de restauració

GastroFira va posar en marxa sis nous locals de restauració en els pavellons 5 i 7 del recinte de Gran Via, dos dels quals són gestionats directament i els quatre restants per empreses del sector.

Durant l'any 2011 es va desenvolupar una intensa activitat amb la prestació dels serveis de restauració i càterring de grans salons internacionals, com el Mobile World Congress, l'ITMA i l'EIBTM, entre d'altres, on les necessitats d'organitzadors, expositors i visitants van obligar a realitzar propostes gastronòmiques adaptades a les diverses realitats dietètiques i culturals.

Així mateix, GastroFira va participar en l'organització de Barcelona Degusta i específicament en la coordinació del programa Ágoras i Aules del Gust i altres activitats gastronòmiques.

D'altra banda, es va seguir treballant per oferir la màxima qualitat i totes les garanties d'higiene alimentària per mitjà de la implantació d'una gamma de material d'un sol ús totalment reciclable o biodegradable.

Durant l'exercici es van servir més de 80.000 *coffee break*, 25.000 aperitius i còctels, 42.000 menús de feina, 2.500 pícnic i 78.000 productes de càtering directament als estands.

Recursos Humans, canvi organitzatiu

El 2011, l'objectiu principal de l'Àrea de Recursos Humans va ser la consolidació dels canvis organitzatius derivats de la implantació de la «Nova proposta de valor» o revisió del Pla Estratègic de Fira acordat el 2010. La finalitat d'aquests canvis va ser ajustar-se al màxim possible a les exigències del mercat i dels clients, apostant per la reenginyeria de processos, la gestió personalitzada d'expositors i visitants i la internacionalització. El compromís de tota l'organització i la comunicació interna van resultar claus en aquests processos.

L'adopció d'aquestes mesures ha permès augmentar el nombre de persones dedicades al contacte directe amb el client, ja sigui organitzador, expositor o visitant. Per aconseguir-ho ha calgut redefinir llocs i tasques per adequar-los als nous objectius, promocionar internament i seleccionar externament persones de perfil comercial, així com proporcionar formació i capacitat a la plantilla perquè desenvolupi les seves noves funcions. Cal destacar que 204 persones van assistir a algun curs de formació, amb una mitjana de 2,1 jornades cadascuna.

D'altra banda, la institució firal va continuar invertint en prevenció de riscos laborals: un any més, es va reduir la sinistralitat. En acabar l'exercici, la plantilla fixa de Fira de Barcelona era de 267 persones.

Sostenibilitat, compromís, RSC

Al llarg de l'any, Fira de Barcelona va continuar apostant pel compromís mediambiental i la sostenibilitat, en el marc de la seva política de Responsabilitat Social Corporativa.

La institució firal ofereix des del 2011 a la seva carpeta de serveis a l'expositor la possibilitat d'adquirir estands i complements ecològics, així com el servei de càlcul i compensació de la denominada «petjada de carboni», que identifica les fonts d'emissions de gasos d'efecte hivernacle inherents a tota activitat.

Fira va transferir les més de 1.100 tones de residus (paper i cartró, vidre, envasos lleugers, etcètera) generats en els seus salons a plantes de recuperació per a la producció de materials reciclats. Una part dels residus descartats pot reutilitzar-se

**El 30% dels
expositors de salons
i fires va utilitzar
el 2011 els serveis
de càtering de
GastroFira.**



**Fira de Barcelona
va seguir apostant pel
compromís mediam-
biental i la sostenibili-
tat, en el marc de
la seva política
de Responsabilitat
Social Corporativa.**



gràcies a un model de gestió innovador que permet transformar aquestes deixalles en combustible sòlid recuperat (CSR), útil per a processos amb una alta demanda energètica, com cimenteres o plantes d'electricitat, en substitució de combustibles fòssils que emeten gasos d'efecte hivernacle.

Als nous pavellons 5 i 7 del recinte de Gran Via es van fer molts esforços per la sostenibilitat mediambiental. Aquests nous edificis, que van entrar en funcionament el 2011, incorporen les últimes tecnologies disponibles: il·luminació led, de molt baix consum; sistemes de climatització centralitzada urbana (DHC), molt eficient; aigua calenta sanitària amb captació solar; i ventilació natural mitjançant *free-cooling*. La coberta dels nous pavellons es va aprofitar per ampliar la planta fotovoltaica del recinte en gairebé 7.000 panells solars addicionals, fins a arribar a les 25.900 unitats, que eleven la producció a 5.86 GWh anuals.

Així mateix, es va implementar el nou sistema automatitzat de gestió i control d'instal·lacions, que agrupa tots els serveis tècnics de l'edifici. Aquest nou procediment es va desenvolupar específicament per al recinte de Gran Via.

Fira es va incorporar com a membre observador, juntament amb altres institucions i entitats (Port, Aeroport, Liceu, Diputació,

RC Tennis), al Comitè Executiu de Turisme de Barcelona, en el marc de les accions empreses per la ciutat per posicionar-se com a destinació turística de qualitat, innovadora en responsabilitat i sostenibilitat. Després d'haver signat l'adhesió a la Carta de Turisme Responsable de la UNESCO, el juliol de 2011 Barcelona va rebre la certificació Biosphere World Class Destination que atorga l'Institut de Turisme Responsable (ITR), entitat associada a la UNESCO i a l'Organització Mundial del Turisme (OMT).

D'altra banda, la institució va seguir col·laborant amb diverses organitzacions ciutadanes en el desenvolupament d'accions solidàries. El desembre del 2011, Fira va cedir el palau número 1 del recinte de Montjuïc com a gran centre telefònic de «La Marató» de TV3, dedicada en aquesta ocasió a recaptar fons per a la investigació sobre medicina regenerativa i trasplantament d'òrgans i teixits.

Així mateix, especialment per mitjà del seu departament GastroFira, va cooperar amb la Fundació Banc dels Aliments, donant els excedents de producció que es concentren en acabar un esdeveniment i que tenen una curta vida útil.

Aquesta col·laboració solidària, que es va traduir en el lliurament a la Fundació de 1.292 quilos d'aliments durant el 2011, permet ajudar persones en situació de precarietat, converteix els aliments no comercialitzables en recursos sostenibles, minimitza l'impacte mediambiental i incrementa el valor social del producte i de l'empresa.

A més, Fira de Barcelona va aconseguir la presència de Càritas en els salons Expo-química, Equiplas i Eurosurfas, a través del programa «Fires amb cor», emmarcat al seu torn dins del projecte més ampli «Empreses amb cor».

Resultats econòmics 2011



Durant l'exercici 2011 s'han mantingut les tendències iniciades l'any 2008 i que han canviat de manera significativa el negoci firal. D'una banda, la crisi que afecta de manera general els principals sectors econòmics representats als salons més emblemàtics organitzats per Fira. De l'altra, el gran esforç que realitza la institució firal per innovar en salons, en l'expansió internacional i en nous productes adequats a les demandes socials i empresarials.

Per analitzar l'evolució del negoci, cal tenir en compte l'efecte del calendari de celebració dels principals salons de la Fira. En aquest any 2011, s'han celebrat salons biennals de sectors actualment molt afectats per la crisi, com Construmat i Automòbil, que han

generat uns ingressos inferiors als de l'edició anterior. També el 2011 s'han organitzat salons de periodicitat trienal com Graphispag, Expoquímia, Equiplast i Eurosurf, que també s'han vist afectats per les conseqüències de la crisi.

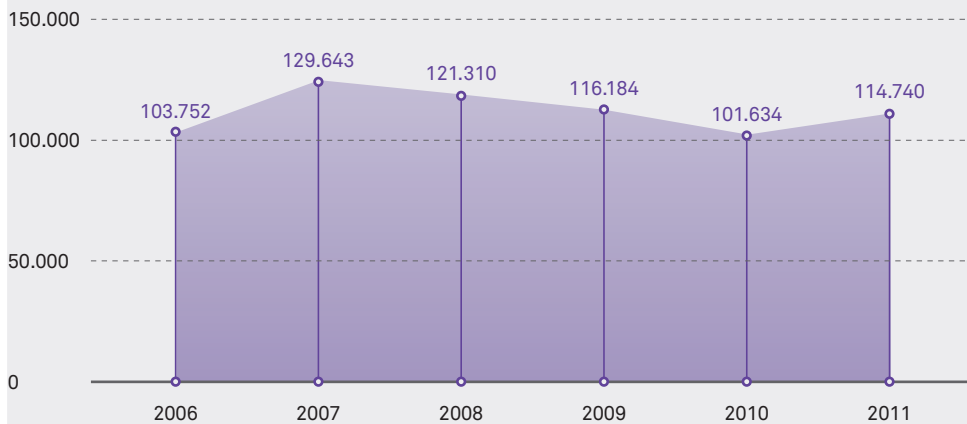
Cal dir, no obstant això, que tot i l'esmentat «efecte calendari», s'observa una tendència a l'homogeneïtzació dels resultats dels anys parells i senars, degut al pes de grans salons i esdeveniments de caràcter anual.

Al costat d'això, cal destacar la consolidació el 2011 dels salons Bizbarcelona i The Brandery, amb les seves convocatòries de gener i juliol, i la celebració amb molt d'èxit de la primera edició del saló Smart City Expo,

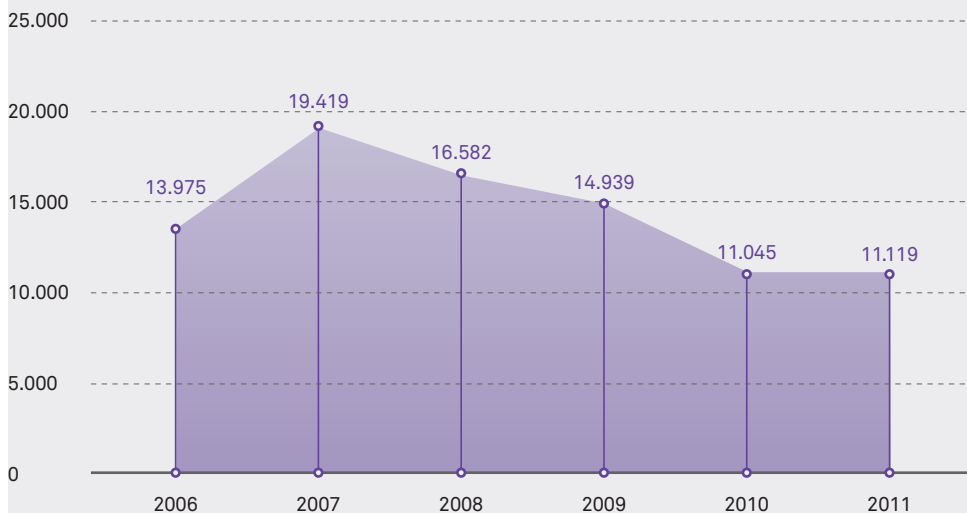
Compte d'explotació Fira						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ingressos	103.752	129.643	121.310	116.184	101.634	114.740
Participació	71.280	86.495	78.063	69.482	60.786	62.850
Serveis	23.888	33.397	34.549	36.993	33.511	43.612
Restauració	8.584	9.751	8.698	9.709	7.337	8.278
Despeses	89.777	110.224	106.218	101.245	90.589	103.621
Participació	43.993	50.411	48.366	44.005	40.662	45.426
Serveis	15.892	22.877	26.880	26.664	24.223	31.440
Restauració	4.688	6.139	5.196	5.322	4.312	5.665
Estructura (neta)	25.204	30.797	24.286	25.254	21.392	21.090
EBITDA	13.975	19.419	16.582	14.939	11.045	11.119
% EBITDA / Ingressos	13%	15%	14%	13%	11%	10%

Evolució dels ingressos

(milers d'euros)

**Evolució de l'EBITDA**

(milers d'euros)



esdeveniment mundial de coneixement i solucions per a les ciutats.

Molts dels salons i congressos promoguts per organitzadors externs segueixen aportant un alt volum de negoci. En aquest sentit, destaquen pel seu impacte econòmic i mediàtic Mobile World Congres, l'edició del 2011 de la fira internacional de maquinària tèxtil ITMA, Carbon Expo i EIBTM, entre d'altres.

L'evolució de la despesa operativa va ser de 103,6 milions d'euros, la qual cosa representa un augment d'un 2,3% respecte a la de l'any 2009 (101,2 milions d'euros).

Van incrementar-se sobretot les despeses de serveis i de salons externs pel major grau d'activitat. Les despeses d'estructura, però, es van reduir significativament, passant de 25,3 milions d'euros el 2009 a 21,1 milions d'euros el 2011, gràcies al pla d'estalvi iniciat el 2008.

Pel que fa a les inversions, tot i la política restrictiva aplicada per raons operatives, es va actuar en el manteniment i en la millora d'instal·lacions sobretot al recinte de Montjuïc i en el programa de desenvolupament informàtic amb uns recursos de 2 milions d'euros.

Fira aposta per la innovació,
l'expansió internacional
i els nous productes adequats
a les demandes socials
i empresarials



Fomentar els
contactes i oportuni-
tats de negoci
entre expositors
i visitants, una gran
prioritat de Fira.

Delegacions internacionals

Alemanya

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen
Alemanya
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
germany@firabcn.es

Algèria

Bcn Promotions
Jessica Abdouh
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 París
França
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
algeria@firabcn.es

Argentina

Analía Wlazlo
Tucumán, 1625 (2.º A)
1055 Capital federal Buenos Aires
Argentina
Tel.: +54 11 43723519
Fax: +54 11 43723519
argentina@firabcn.es

Àustria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen
Alemanya
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
austria@firabcn.es

Bèlgica

Koraal Consulting
MicoleSmits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg, 10
6132 CM Sittard
Holanda
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
belgium@firabcn.es

Bolívia

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191,
Oficina 906 - Providència
Santiago de Xile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
bolivia@firabcn.es

Brasil

CNBE, SL
Jordi Solé Pérez / Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862. Sala 3 - Jardins
01412-100
São Paulo
Brasil
Tel.: +55 11 3063 1067
Fax: +55 11 3062 9725
brazil@firabcn.es

Canadà

PB Marketig Internacional
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
8, West 34th Street, Suite C117
Nova York
Estats Units
Tel.: +1 212 564 0404
Fax: +1 703 229 4176
canada@firabcn.es

Colòmbia

Cambra de Comerç
Colombo Catalana
Passeig de Gràcia, 48 - 1º Bis, 2ª
08007 Barcelona
Tel.: 93 514 3959
Fax: 93 215 4382
colombia@firabcn.es

Equador

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina
906 - Providència
Santiago de Xile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
ecuador@firabcn.es

Eslovàquia

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praga 8
República Txeca
Tel.: 00420 608 434 268
slovakia@firabcn.es

Estats Units

PB Marketing International
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
7 West 34th Street, Suite 117
Nova York
Estats Units
Tel.: 001 212 564 0404
Fax: 001 703 229 4176
usa@firabcn.es



França

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
França
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
france@firabcn.es

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., núm. 255, Ien Chi Street
Taipei, 10696
Taiwan
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
hongkong@firabcn.es

Índia

Comnet Exhibitions PVT. LTD
Yogita Kackar
217-B (2nd Floor) Okhla Industrial
Estate - Phase III
Nova Delhi - 110020
Índia
Tel.: +91 11 4279 5000
Fax: +91 11 4279 5098 / 99
india@firabcn.es

Irlanda

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
Londres NW1 5RA
Anglaterra
Tel.: +44 2077 238416
Fax: +44 2071 704125
ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants Ltd
Sergio Vinitsky
Corex House, 10 Zarchin St. -
Apartadode correus 3030
Raanaana 43662
Israel
Tel.: +972 9 777 68 08 / 09 / 00
Fax: +972 9 777 68 05
israel@firabcn.es

Itàlia

Expo Consulting
Marc Barozzi
Via Brugnoli, 8
40122 - Bolonya
Itàlia
Tel.: +39 051 649 31 89
Fax: +39 051 649 32 42
italy@firabcn.es

Luxemburg

Koraal Consulting
Micolé Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg, 10
6132 CM Sittard
Holanda
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
luxembourg@firabcn.es

Marroc

Bcn Promotions
Jessica Abdoulaoui
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
França
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
morocco@firabcn.es

Mèxic

TMC Pàrquing de Mexico S.de.RL
Emma Ayala / Martin Olle
C/Nord 68 # 10068
07410 Mèxic DF
Mèxic
Tel.: +52 55 5737 1230
Fax: +55 5715 5766
mexico@firabcn.es

Holanda

Koraal Consulting
Micolé Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
Holanda
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
holland@firabcn.es

Perú

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina
906 - Providència
Santiago de Xile
Xile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
peru@firabcn.es

Polònia

Mercados Exteriores Consulting
& Events
José Montoro Cardeña
Lucka, 7/9
00-842 Varsòvia
Polònia
Tel.: +48 22 658 6737
poland@firabcn.es

Portugal

Expotec
João Aigües
Apartat de correus, 32 - 2894-909
Alcochete
Portugal
Tel.: +351 212 348 016
Fax: +351 212 342 776
portugal@firabcn.es

Regne Unit

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
Londres NW1 5RA
Anglaterra
Tel.: +44 2077 238327
Fax: +44 2071 704125
unitedkingdom@firabcn.es

República Txeca

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praha 8
República Txeca
Tel.: 00420 608 434 268
czechrepublic@firabcn.es

Rússia

Mercados Exteriores Consulting
& Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscou
Rússia
Tel.: +7 495 642 46 90
Fax: +7 495 637 37 93
russia@firabcn.es

Suïssa

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen
Alemanya
Tel.: +49 7071 36 55 95
Fax: +49 7071 36 55 96
switzerland@firabcn.es

Taiwan

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., núm. 255, Ien Chi Street
Taipei, 106
Taiwan
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
taiwan@firabcn.es

Tuníssia

Bcn Promotions
Jessica Abdoulaoui
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
França
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
tunisia@firabcn.es

Turquia

Senexpo Uluslararası A.S.
Seda Kanatoglu
Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü
Caddesi núm. 103 D.1 Sisli
Istanbul
Turquia
Tel.: +90 212 224 68 78
Fax: +90 212 224 85 58
turkey@firabcn.es

Ucraïna

Mercados Exteriores Consulting
& Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscou
Rússia
Tel.: +38 044 468 52 80
Fax: +7 495 637 37 93
ukraine@firabcn.es

Uruguai

Analía Wlazio
Tucumán, 1625 - 2ºA (1055)
Capital Federal - Buenos Aires
Argentina
Tel.: 0054 11 4372 3519
Fax: 0054 11 4371 0083
uruguay@firabcn.es

Xile

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina
906 - Providència
Santiago de Xile
Xile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
chile@firabcn.es

Xina

NoeChina
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, Juan Mansion, núm. 211
Urumchi (N.) Rd., Jingan Distr.
200040 Xangai
Xina
Tel.: +86 21 516 96889
Fax: +86 21 510 79779
china@firabcn.es

English text

Barcelona, a centre of innovation

Xavier Trias

Mayor of Barcelona and President of Fira de Barcelona General Council

In an overall framework of economic recession, the pinch of which is being strongly felt by both firms and the public at large, throughout 2011 the Fira de Barcelona once again played a major role as a driving force behind and boost to the economy of the city and of Catalonia.

Efforts on the part of the Fira de Barcelona moved in the right direction to contribute to overcoming the difficult economic juncture we are all currently experiencing: more innovation, more internationalisation, excellence in service, technological development and full support for initiatives on the part of entrepreneurs and of small and medium-sized firms, which form the basis of our productive fabric. The fact that the anticipated schedule was almost completely met constituted a visible way to convey a message of trust in and support for the economic sectors. It is remarkable that at such a difficult juncture the profit forecasts by the fair institution have not only been met but also surpassed.

Mobile World Capital

On taking stock of the 2011 economic year, we note the importance of the fact that last July our city was chosen as Mobile World Capital for the 2012-2018 period. In a context of fierce competition with other major European cities, this objective was attained thanks to both the solidity of the project presented and to unity and consensus as regards the candidacy, in which the Fira de Barcelona played a decisive role.

With the Mobile World Capital, a strong boost will be given to mobile applications and to Barcelona's role as a centre of innovation, and a contribution will be made to growth of the existing economic fabric. This strong boost will have an impact on business competitiveness, on new business opportunities and on the creation of scope for skilled employment.

I should also like to highlight the Fira de Barcelona's innovative efforts to institute a pioneering show of great significance for our city, Smart City Expo, which focuses on the application of information and communication technologies in a bid for the 'intelligent city' that gives priority to energy saving, to efficiency and to a new model of mobility and sustainability. The show, which was a great international success with good prospects for coming years, ran parallel to the efforts on the part of Barcelona and its metropolitan area to improve urban planning, services and, in short, the quality of life of its citizens.

It is only fair that should refer also to the importance of other major events and congresses held throughout 2011: the Boat Show, with deep

roots in our city, which celebrated its fiftieth anniversary; Construmat; the Motor Show; Piscina BCN; Expoquímia; Graphispag; Bizbarcelona; EIBTM and Carbon Expo, among many others. Furthermore ITMA, the world's most important textile technology event, was held for the first time not only in Barcelona but also in Spain as a whole. The textile industry has strong links with the Catalan economic tradition and we hope that one day the event will be organised again in our city.

Links with the citizenry

The Fira de Barcelona's international vocation was strengthened throughout 2011 with the decision to go beyond our frontiers and meet market and globalisation challenges by setting several projects in motion in Asia and Latin America, in the fields both of organising shows and of offering services, technology, management and assessment to other organisers and fair venue.

As Mayor of Barcelona and President of the Fira de Barcelona General Council it gives me great pleasure to note how the institution has established strong links with the citizenry. Today, more than ever, the synergies between Barcelona and the Fira respond to a will to cooperate and work together in the endeavour to build bridges of confidence and create expectations for the future.

A worldwide point of business reference

Francesc Xavier Mena

Minister for Business and Employment Government of Catalonia and first vice-president of the Fira de Barcelona General Council

Once again, the Fira de Barcelona more than met its objectives, moreover in an atmosphere of macroeconomic uncertainty in which the exhibition and fair dynamics of other places has witnessed how the present juncture has led directly to a drop in the number of activities.

In this context, I should like to stress the twofold value of the task conducted by our fair institution in 2011, a year of great activity which has undoubtedly contributed to once again making Barcelona a worldwide point of reference. Throughout the year, the Fira de Barcelona organised 65 shows and events, generating an income of over 114 million euros, a figure that surpasses expectations by 2.3%.

For the fact is that the Fira is a major driving force behind the Catalan economy and a prominent business platform associated with the value of the trademark of Barcelona, the capital of Catalonia. The support it gives to firms, to their internationalisation, innovation, creation of synergies, cooperation... is perfectly in tune with the road map drafted by the Government of Catalonia to boost the competitiveness of our economy.

Modern-day agoras

In this context, and especially in these times of economic uncertainty, the Fira de Barcelona has intensified its efforts aimed at strengthening shows, fostering contact between exhibitors and visitors, and fomenting sectorial rendez-vous. Indeed, fairs and shows have become our modern-day 'agoras'.

Prominent among the many fairs and shows organised by the Fira de Barcelona in 2011 are the Boat Show, which celebrated its 50th anniversary, and key events for the Catalan economy like the Motor Show, Construmat, Piscina BCN, Expoquímia, Bizbarcelona, Graphispag and Sonimagfoto. I should also like to welcome two newcomers to the Fira: FM&BS, Facility Management and Business Services, designed to meet firms' externalisation needs, and Smart City, which placed the Fira de Barcelona and the city in the international field of new urban services and technologies.

Internationality

Worthy of special mention are the efforts on the part of the Fira de Barcelona to internationalise this country's business institutions and firms. This is an indispensable tool with which to foster the growth of our firms and overcome current economic difficulties. The Government of Catalonia is and will always be an ally to the Fira de Barcelona and, consequently, we give our full support to this strategy.

Furthermore, we must congratulate ourselves for Barcelona's having been selected as the Mobile World Capital, a success shared by many people and institutions, both public and private, the fruit of work well done which we must learn to exploit as a means by which to reactivate the Catalan economy and create job opportunities, to attract investments and place both Barcelona and Catalonia in a better world position.

The Fira de Barcelona: impetus and leadership

Miquel Valls i Maseda

President of the Barcelona Chamber of Commerce, Industry and Navigation and second vice-president of Fira de Barcelona General Council

The time has come to assess the events organised by the Fira de Barcelona in 2011. We cannot overlook the fact that it was a difficult year for firms, marked by a particularly unfavourable economic juncture. Even so, the outcome is a positive one, since the institution managed to fulfil its planned schedule and close the financial year with profits of over 114 million euros, 2.3% more than had been anticipated at the beginning of the year. The Montjuïc and Gran Via venues provided the venue for 65 fairs and shows and for 50 further events, thereby consolidating the Fira's leadership in the professional and industrial spheres.

Decisive impetus

Construmat, the Motor Show and the Boat Show are some of the established events that took place in 2011. But I should like to take the opportunity here to highlight the choice of Barcelona as capital until 2018 of the Mobile World Congress, excellent news for both the city and Catalonia. Consequently, on behalf of the Barcelona Chamber of Commerce I should like to congratulate all those responsible for organising the candidacy campaign.

Hosting the world's most important mobile phone event constitutes a decisive boost to the city's information economy and digital technologies sector. It is reckoned that the latest edition had an economic impact of 220 million euros and was attended by 60,000 congress-goers from all over the world. This will therefore be a tremendous boost to the Barcelona trademark.

Working together

The successful candidacy was fruit of joint efforts on the part the Ministry for Industry, Tourism and Commerce; Government of Catalonia; Barcelona City Hall; Fira de Barcelona; Barcelona Tourism. Public-private collaboration led to the creation of a strong candidacy with a leadership vocation in exhibition events worldwide, further evidence of the fact that we know how to join forces and work together to attain a common goal.

I should also like to stress the fact that in 2011 the Fira de Barcelona fostered internationalisation of its activities. This took the form of exporting shows to other cities, such as Hostelco as part of Hotelex, the leading Asiatic hotel facilities fair, held in Shanghai, and the anticipated holding of Construmat China in Beijing.

Furthermore, the Fira has managed to devise new shows, which will be held for the first time in 2012, such as Seafood Barcelona, linked to the fishing industry; Expomóvil Comercial, related to the spare parts sector; and MIHealth, the first health management and clinical innovation forum. These are all good examples of how the institution places itself at the service of firms and constitutes an international platform from which to promote the different sectors in this country.

At the present time, more than ever, we must adapt to the current economic situation and take advantage of every business opportunity that may arise. The Fira de Barcelona is a good example of this.

Supporting firms and economic sectors

Josep Lluís Bonet

*President of the Governing Board,
Fira de Barcelona*

When assessing the 2011 financial year, we have no option but to refer to the impact of the

recession which, with as much persistence as severity, has struck and continues to strike our firms particularly the small and medium-sized ones and the business fabric as a whole, our institutions and much of society.

The Fira de Barcelona once again worked untiringly to face the recession and continue supporting firms, sectors and then productive economy. Ensuring that the Fira schedule was fully met, facilitating participation on the part of exhibitors and fostering contacts with potential buyers all formed part of a strategy based also, as we have mentioned elsewhere, on anticipating future needs with more innovation and more internationalisation. Despite the unfavourable juncture, the Fira closed the financial year with increased activity and greater profits: 114 million euros, 2.3% more than expected.

A worldwide point of reference

Special emphasis must be laid on the fact that after a long process, in the summer of 2011 Barcelona was chosen as Mobile World Capital for the 2012-2018 period, thereby becoming a worldwide point of reference in the mobile communications industry. For the Fira this meant, moreover, acknowledgement of its work since 2006, when it hosted the first Mobile World Congress.

Barcelona Mobile World Capital will be the nucleus of a set of major initiatives, beginning with the congress itself, which will reveal the technological, social, cultural and economic importance of mobile communications. The position as capital will constitute a considerable boost to technological innovation, to the creation of an industrial fabric based on knowledge, and to high-quality employment. We are talking, therefore, about a strategic commitment to Barcelona, to Catalonia and to Spain as a whole.

Fira is working constantly to ensure that Barcelona will be one of Europe's best platforms for major events that generate synergies and economic activity. Of great help here is the sum of the impact of the Barcelona trademark and exhibition and show experience. Besides the aforementioned Mobile World Congress, Carbon Expo and EIBTM, events of global importance, in 2011 the Fira de Barcelona hosted ITMA, the foremost international textile technology event held for the first time in Spain. This coincided with the inauguration of the two new pavilions in the Gran Via venue, which now has 240,000 gross m² of exhibition area and is the flagship of our competitiveness in the European exhibition field.

I must also stress the fact that throughout 2011 events were held of the importance of the International Boat Show, which celebrated its 50th anniversary in an economic environment of great complexity, together with shows closely associated with our development, such as the Motor Show and Construmat, both affected by the negative economic juncture though with initiatives and measures with which to contribute to recovery.

And this without overlooking other such prominent events as Piscina BCN, Expoquímia, Graphispag and Sonimagfoto, among many others.

New challenges

2011 witnessed the incorporation into the Fira de Barcelona programme of shows that respond to new social, economic and business needs, and form part of our institution's innovative strategy. Shows like FM&BS, Facility Management & Business Services, which focuses on externalising services to firms, and Smart City Expo, a new area for debate on innovative, sustainable solutions for cities.

During the year, significant advances were made in the strategy to endow the international dimension of the Fira with new meaning by taking it to Asia and Latin America, with the purpose of offering this country's firms a dynamic scenario in which to make their presence felt abroad, thereby counterbalancing the fall in demand at home. Fira has traditional international vocation has thus acquired a new perspective charged with potential.

Trade fairs are dynamic institutions that change of necessity to adapt to new requirements. Commercial exchange, human contact that enhances understanding, information, dissemination, knowledge and debate are elements inseparable from the concept of business. And, moreover, the Fira de Barcelona is clearly aware of its links with and services to the territory, as well as of its commitment to firms, the city and the country.

GOVERNING BODIES

GENERAL COUNCIL

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

First vice-president

Francesc Xavier Mena i López

Second vice-president

Miquel Valls i Maseda

Members

M. Àngels Barbarà i Fondevilla
Albert Carrerras de Odriozola
Josep Cercós i Martínez
Enric Enrech i Artal
Alberto Fernández Díaz
Joan Gaspart i Solves
Marc Guerrero i Tarragó
Núria Marín i Martínez
Jordi Martí i Grau
Josep Morell i Miró
Jordi Portabella i Calvete
Pau Relat i Vidal
Pau Villòria i Sistach

Secretary General

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cordón Barrenechea

**GOVERNING
BOARD****President**

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Members

Núria Basi i More

Luis Conde Möller

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Pedro Fontana García

Enrique Lacalle Coll

Miquel Martí i Escursell

Secretary General

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cordón Barrenechea

**EXECUTIVE
COMMITTEE****General Manager**

Agustín Cordón Barrenechea

Expansion Director

Pere Camprubí i Nieto

**Institutional Relations, Protocol
and President's Office Director**

Emili Farrerons i Pascual

Human Resources Director

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Administration and Finances Director

Salvador Fosalba i Auró

Communications Director

Amparo Losada Torres

Sales Director

Albert Planas i Riera

**Operations and Customer
Attendance Director**

Salvador Tasqué i Díez

International Business Director

Ricard Zapatero i Camps

YEAR 2011**A potent exhibition
platform**

Once again the results and activities of the Fira de Barcelona must be seen in the light of the recession that affects firms and institutions. During the year 2011, the economic situation had negative repercussions on most sectors and affected above all the small and medium-sized firms that constitute the bulk of this country's productive network.

Despite such a complex panorama, however, the Fira not only reached the takings anticipated for 2011 but actually exceeded them, thanks to diversification of activities and the degree of efficiency attained, linked, naturally enough, to expense reduction efforts. The estimated income of 111.5 million euros turned out to be 114 million, a 2.3% increase. The EBITDA stood at around 11.1 million euros, more or less as expected.

The main concern on the part of the fair institution was to apply specific support measures to firms and sectors, thereby contributing to the economy of Barcelona and its hinterland. The activities organised by the Fira had an impact on the territory estimated at some 2,500 million euros.

One of the main objectives was to ensure that the fair schedule was met, since the industrial and professional shows are tools with which to combat the recession. 2011 was characterised also — as we shall see below in greater detail — by the inclusion of new shows and by reinforcement of the Fira's role as an important international platform, with congresses and large-scale events that generate economic activity, knowledge and opportunities for the country's firms.

With these measures, the Fira has continued to develop a set of initiatives that form part of its Strategic Plan, updated in 2010 under the conceptual denomination of the 'New Value Proposal', focused on enhancing the Fira's own shows, on product innovation, on facilitating contacts between exhibitors and visitors through new technological tools, on upgrading the figure of the purchaser, and on the importance of knowledge and of development of a new concept of international business. As those responsible for the Fira understand it, in order to combat the recession market requirements must be anticipated and action must be taken from a global perspective.

In this context, commercial activity was enhanced through personal contacts with potential exhibitors, offering products to suit the needs of firms for each kind of show. 4,800 visits and over 20,200 phone contacts were made, with a high degree of effectiveness. Similarly, preparations were carried out in close collaboration with business associations, thereby securing funding and playing an active negotiating role with the Authorities.

At the same time, ongoing commitment was sustained to new technologies, to increased use of electronic trade and to fostering social networks, the corporate and fair websites and, in general, all information and communication technologies as important instruments of contact, interactivity and business. The Fira's corporate website received a total of 600.000 visits.

Innovative shows

65 shows and events were held in fulfilment of the planned schedule, which provided firms with the opportunity to be present at the sectorial meetings and to pave the way for future business.

A number of the events most characteristic of the Fira de Barcelona were conditioned by the recession, as were their corresponding industrial sectors. This was the case of the Boat Show, the great display window for the Spanish nautical industry, which celebrated its 50th anniversary; the International Motor Show, which made a determined effort to contribute to increasing car sales; and Construmat, which became the mouthpiece for the sector in order to devise alternatives for the future. The 'Construmat Manifesto' was drawn up to attract the authorities' attention to the need to take measures by which to reactivate building and civic works.

During the year, other events were organised of the importance and prestige of the Mobile World Congress, EIBTM, Carbon Expo, ITMA, The Brandery, Graphispag, Sonimagfoto, Piscina BCN, Expoquimia, Barcelona International Comic Fair, Tourism, Bizbarcelona, BCN Bridal Week and BcnRail, among a host of others.

One of the great events of 2011 was undoubtedly ITMA, the world's most important textile technology show, which occupied practically the entire Gran Via venue, attracted 1,350 firms from 45 countries and welcomed over 100,000 visitors from all over the world. Despite the historical importance of the textile industry in this country, this was the first time the event had ever been held in Spain. The sector's public institutions and professional associations are determined to ensure that this major event will return to the Fira de Barcelona.

Prior to the holding of ITMA, the new pavilions 5 and 7 were inaugurated at the Gran Via venue, which now has a gross exhibition area of 240,000 m² and has become consolidated as one of Europe's largest and most modern fair venues. Besides the new pavilions, new congress facilities have also been made available, specifically two conference centres with 14 halls and a total seating capacity of 1,150, and a Business Centre.

In its expansion policy, throughout 2011 the dynamism of the Fira became manifest with the launching of shows that respond to new business and social demands, following a pattern that is highly characteristic of the history of the fair institution. I refer specifically to Facility Management and Business Services, which met the externalisation needs of services and activities on the part of firms, and the Smart City

Expo World Congress, which focused on information and communication technologies at the service of intelligent cities, contributing to their efficiency and to a higher rendering of services. The event came to a close with a prominent international presence and good prospects for the coming years.

I should stress also that during 2011, the Fira de Barcelona assumed responsibility for organising Barcelona Degusta, a culinary show addressed to the end consumer, hitherto led by Alimentaria Exhibitions —a business alliance between the Fira and Reed Exhibitions. An agreement was also reached by which to organise the Mediterranean Dental Forum, which will be held again in 2013 with the will to attain a greater international dimension.

Besides those mentioned above, the Fira also hosted several international shows which are held on a rotary basis in major European cities and are leaders in their respective specialities: I refer to Snackex, devoted to the snacks sector, and to Glassman, which specialises in the glass industry.

Congresses of outstanding scientific importance and impact included Biochemistry and Molecular Biology Congress and the International Environmental Epidemiology Conference. Likewise, over 50-odd corporate, institutional, commercial, sporting and advertising activities were held together with over 450 other activities in the framework of the shows that took place at the Fira: congresses, workshops, seminars and cultural and formative events.

During the year it was announced that as from 2012 the Fira would host Seafood Barcelona, devoted to fruits de mer and a replica of the European Seafood Exposition which takes place in Brussels, which will be organised by Alimentaria Exhibitions and will conceivably become one of the most important food and fishing industry shows in the Mediterranean. Similarly, preparations were made for new events and shows for 2012, such as MIHealth, a forum on management and innovation in the health field, and Expomovil Comercial, specialising in the automobile post-sales sector.

It is important to point out the setting in motion of the 'Fira Innova' programme, which thanks to commitment on the part of the fair staff will generate ideas for the creation of new shows or for the discovery of new opportunities in those that already exist.

The mobile capital

By definition, the development of international business constitutes one of the core aspects of Fira de Barcelona policy.

The institution currently has a network of delegations abroad with representatives in 32 countries. 46% of exhibitors at the professional shows are international, while 31% of visitors also come from abroad.

Having established data, I must say that during 2011 work continued to foster Barcelona's role as one of Europe's major exhibition platforms, with the organisation of new shows and new international events. The weight of the city, the prestige of the Barcelona trademark and the experience of the Fira constitute a guarantee for firms and organisers.

The most salient aspect of 2011 was not only the continuation of the Mobile World Congress but also the city's designation as Mobile World Capital for the 2012-2018 period.

In July 2011 Barcelona, which competed with Milan, Munich and Paris at the final stage, was chosen as Mobile World Capital, the reference point in mobile communications on a worldwide scale. This marked the culmination of a long process which came to further enhance the 'Barcelona model', based on institutional consensus and joint efforts on the part of public and private initiative.

On choosing the Catalan capital, the GSM Association —which represents the interests of mobile communications operators worldwide and those of the firms that form part of the broad mobile ecosystem— undoubtedly took into account the Fira's experience and organisational work in the context of the Mobile World Congress, the sector's major international rendezvous, which has been held in the Ciutat Comtal (Barcelona) since 2006.

The Mobile World Capital project, currently under development, is a unique opportunity to convert Barcelona into a world hub in the mobile communications sector, and into a laboratory at which to study their applications to business and to citizens' daily lives. It will make the creation possible of new industrial fabric and of high-quality job opportunities, since it provides scope not only for big companies but also for entrepreneurs and small and medium-sized firms.

The Mobile World Capital is managed by a foundation formed initially by the Ministry for Industry, Tourism and Commerce; Government of Catalonia; Barcelona City Hall; Fira de Barcelona; Barcelona Tourism and GSMA, although it is open to participation on the part of businesses.

Helping firms to go beyond our frontiers

As part of the new strategy to help Catalan and Spanish firms to open new markets abroad and find their place in the international exhibition system, during 2011 preparations were made to organise Fira events and activities beyond our frontiers, in fulfilment of the will to anticipate market and globalisation challenges.

When this report was being concluded, in the spring of 2012, a delegation of firms participating in Hostelco —a show related to the hotel and restaurant business— took part in the Hotelex show in Shanghai, and a replica was held of the fashion show The Brandery as part of Blueprint, in Singapore.

Likewise, work is in progress on Delicioso Spain, a new show devoted to Spanish cuisine, oenology and catering, to be held in the autumn in the framework of Wine for Asia in Singapore, and on the possibility of holding Construmat China in Beijing, together with the China Building Exhibition Company, a specialised organisation run by the Chinese government.

On the other hand, initiatives for Russia are being studied and talks are under way with several fair organisers in Latin America interested in hiring consultancy services.

Throughout 2011, the Fira de Barcelona institution maintained its commitment to developing an active policy of environmental sustainability, recycling and energy efficiency for its facilities as an indispensable aspect of its corporate social responsibility. Furthermore, it collaborated with a number of social organisations as a necessary contribution to solidarity, particularly at a time when many individuals and families are facing great difficulties.

During the year the Fira de Barcelona maintained close links with the country's institutions and authorities, made explicit in inaugurations and events held within the framework of shows. Moreover, the corporate communications policy contributed to disseminating the institution's strategic plans and activities among a wide range of business, professional and social sectors.

TRADE SHOW

INTERNATIONALITY / PROFESSIONAL SHOWS:

46% exhibitors from abroad
31% visitors from abroad

TYPES OF SHOWS:

- **61%** professional
- **26%** public
- **13%** mixed

SURFACE AREA OCCUPIED BY SHOWS:

- **75%** professional
- **25%** public and mixed

EVENTS:

- **65** shows and congresses
- **+500** activities
- Fira is represented by delegations in **32** countries

- The surface area of shows is given, unless otherwise indicated, in gross square metres.
- The exhibitors concept may encompass represented firms that do not participate directly in an event.
- Except where otherwise indicated, it is understood that shows or events have been organised by Fira de Barcelona.

Trade Show Chairpersons

Alimentaria

Josep Lluís Bonet
i Ferrer

Barcelona

Motor Show

Enrique Lacalle Coll

Barcelona

Meeting Point

Enrique Lacalle Coll

BcnRail

Xavier Vizcaíno Muñoz

Bizbarcelona

Sònia Recasens
i Alsina

Boat Show

Luis Conde Möller

Bta

Lucià Casellas i Puig

Caravanning

Ramon Nuez Pérez

Construmat

Josep Miarnau
Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

Equiplast

Bernd Roegel
Greineisen

Eurosufas

José Luis Diloy i Barrio

Expominer

Eudald Carbonell
i Roura

Expoquímia

Rafael Foguet
i Ambrós

Expo Ecosalud

Jordi Sagrera
i Ferrándiz

FM&BS

Enric Alonso
i Lorente

Globalgeo

Lluís Sanz i Marco

Graphispag Digital

Rafael Farrés i Ferrer

Hispack

Javier Riera-Marsà
i Bonmatí

Hostelco

Jordi Roure i Boada

Infarma

Jordi de Dalmases
i Balaña

Infancia (Children & Youth Festival)

Helena Rakosnik i
Tomé

Liber

Javier Cortés i Soriano

Maquític

Josep Morell i Miró

MIHealth

Josep M. Piqué i Badia

Ocasión

Jaume Roura i Calls

International Pet Week

Paolo Ongari

Piscina BCN

Eloi Planes i Corts

SIL – International Logistics Show

Enrique Lacalle Coll

Smart City Expo

Ramon Roca i Enrich
Antoni Vives i Tomàs

Sonimagfoto & Multimedia

Enric Galve

Tourism

Raimon Martínez
Fraile

Antiquaris Barcelona

Antique and Modern Art Show

12-20 MARCH

MONTJUÏC. 35TH EDITION

Surface area: 13.000 m²

Exhibitors: 50

Nature: professional and public
Organisers: Flaqué Internacional
and Fira de Barcelona

An irresistible meeting point for collectors, both professional and amateur, Antiquaris constituted a fascinating journey through 6,000 years of art history. The fair exhibited over 10,000 works of all periods and styles — medieval, classical, modern, contemporary and ethnic —, and by artists of the stature of Picasso, Dalí, Rodin, Sorolla, Barceló, Miró, Tàpies, Valdés, Boter, Rusiñol, Nonell, Casas, Guinovart, San Francis, Hernández Pijuan, Ràfols Casamada, Plensa and Chillida, among others.

The over 25,000 visitors to the fair were given the opportunity to enjoy a wide variety of paintings, engravings, lithographs, drawings, sculptures, fine jewellery, tapestries, furniture and coins to suit all tastes and pockets. With the aim of luring those young art lovers who seek to enter the realm of collecting, numerous quality works were put on sale at prices under 3,000 euros.

Outstanding among the creations exhibited, selected by a committee of experts, were a prehistoric image of Venus from the Cyclades in the Aegean, several sculptures from the times of the Roman Empire and the Persian dynasty, Romanesque and Gothic carvings, a Buddha from the Gandhara region, African tribal masks and pieces by Gaspar Homar (a key figure in the recovery of the decorative arts and of Catalan Modernisme), as well as works by contemporary artists such as Julian Opie, Marina Núñez, Xavier Mascaró and Joan Fontcuberta.

+info www.antiquarisbcn.com

Auto Retro Barcelona

Collector's Cars and Motorcycles Exhibition

03-06 DECEMBER

MONTJUÏC. 28TH EDITION

Surface area: 30.000 m²

Exhibitors: 300

Nature: public

Activities: tributes, presentations, trials, rallies

Organiser: Promobil Group

At the Barcelona International Motor, Motorcycle, Aviation and Classical Boat Show some 600 vehicles and many other articles were exhibited, presented by a total of almost 300 exhibitors from eight countries. The show, which has become a benchmark of its kind in Southern Europe, was visited by over 55,000 people.

An outstanding aspect of this edition was involvement on the part of Seat and Nissan,

the two automobile manufacturers established in Catalonia, who gave their support to the vintage vehicle sector. Seat traced the firm's evolution in the urban vehicles segment, while Nissan exhibited a collection of its Z-type sports cars.

Equally important was participation by the Mercedes-Benz Club España, which exhibited, among other models, the tricycle with which the German firm was launched 125 years ago. Other gems that visitors were able to admire were the Jaguar E-type, the BMW M3, Mustang Sedans and the BCB microcar, designed in the early 1950s by experts at Montesa.

In the context of Acta Retro, the fiftieth anniversary of the legendary Montesa Impala 175 motorcycle was celebrated, with a rally on Montjuïc in which over 100 Impalas took part, and tribute was paid to a number of leading figures in the motor racing world, such as the former driver and journalist Jaume Alguersuari, the trainer and driver Ramón López, the coachbuilder Pedro Serra and the photographer Joan Aymamí.

As usual, the spare parts and accessories market was held, together with the popular Car Corral, where vintage vehicles were put on sale. A further attraction was the Copa Moritz Seat 600 held in Slot, on a huge track which is a replica of the one on Montjuïc.

+info www.autoretro.es

Barcelona Motor Show

14-22 MAY

MONTJUÏC. 36TH EDITION

Surface area: 200.000 m²

Exhibitors: 85 / 35 brands

Nature: professional and public

Activities: awards, technical sessions, conferences, exhibitions, demonstrations, circuits

Loyal to its two-yearly commitment, the Barcelona International Motor Show was held at a particularly difficult time for the motor industry, in which it nonetheless confirmed its status as one of the leading showcases for the sector and one of its main economic driving forces.

The great number of visitors, over 900,000 visitors, and the substantial volume of sales underlined once more the importance of the event as a great boost to the market. Furthermore, the fact that the show coincided with the Spanish Formula 1 Grand Prix, held at the Circuit of Catalonia in Montmeló, again converted Barcelona into the world motor racing capital.

Visitors were able to admire the models exhibited by the 35 brands present, including national, European and world novelties. Outstanding in this context were the Hyundai i40 Sedan, three European (Audi Q3, Hyundai Elantra and Volkswagen Beetle) and 30 national novelties.

Among the vehicles presented were several models manufactured in Spain, such as the aforementioned Audi Q3 (which will be made at the Seat factory in Martorell), the Renault Twizy and the Nissan NV200 Evalia.

For the first time, electric vehicles were on display and on sale at the show. The importance of sustainable mobility was so great that an entire pavilion was devoted to the electric car, in which firms were also present that develop technologies such as recharging infrastructures and storage systems.

The programme of activities at the show included demonstrations of automatic braking in the city, the traditional boxes in which to try out vehicles of different makes, 4x4 testing tracks, a sports vehicle meeting and the 'País del Cava' veteran car rally.

Likewise, the Barcelona Motor Show organised a wide range of technical sessions, talks and activities for professionals in the sector, among them the 8th edition of the International Motor Show Awards, organised jointly with the Society of Automotive Industry Engineers.

As in previous editions, the two days prior to the public opening of the show (May 12 and 13) were reserved for the press and professionals, and a new edition was held of the 'Nit de l'Automòbil', the great Barcelona motor festival attended by personalities from the worlds of politics, business and society.

The show is supported by the two most important Spanish automotive associations: the Spanish Car and Lorry Manufacturers Association (ANFAC) and the National Car, Lorry, Bus and Motorcycle Importers Association (ANIACAM); furthermore, it is the only Spanish show recognised internationally by the Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA).

+info www.salonautomovil.com

Barcelona Bridal Week

Noviaespaña / Pasarela Gaudí Núvies

10-15 MAY

GRAN VIA. 21ST EDITION

Surface area: 30.000 m²

Exhibitors: 240

Nature: professional

Activities: fashion parades

Organiser: Flaqué Internacional

The Gran Via dressed in white once again to host the Barcelona Bridal Week, one of the most important events in the world of bridal fashion. Over five days, the latest trends were exhibited in dresses, ceremonial and party dresses, and accessories by leading manufacturers, and the show was visited by around 15,000 purchasers, 60% of whom were from abroad. With the participation of 240 exhibitors, 4% more than in 2010, the event confirmed its importance as

a business and international promotion centre for Spanish bridal fashion. After China, this country is the second most important exporter worldwide in the sector.

In the framework of the Barcelona Bridal Week, the Saló Internacional Noviespaña was held, at which the latest products were exhibited by the country's best manufacturers of fashion for brides, grooms and ceremonies. Outstanding here was the presence of foreign firms from the United States, Brazil, the United Kingdom, Mexico, Turkey, Portugal, Italy, France, Cyprus, the Lebanon, Poland, Holland, Germany, Belgium and South Korea.

For its part, the Passarel·la Gaudí Núvies, attended by over 14,000 people, organised 27 fashion parades, at which spectacular settings provided the backdrop for the latest products by such prestigious makes as Rosa Clará, Jesús del Pozo, Jesús Peiró, Victorio & Lucchino, Yolán Cris, Inmaculada García, Lee Seung Jin, Francis Montesinos and Pronovias. Designers' bid for creativity and quality marked the event, which every year is further consolidated as the great international showcase for bridal fashion.

+info www.moda-barcelona.com

Barcelona Degusta

Consumer Food Show

02-04 DECEMBER

MONTJUÏC. 4TH EDITION

Surface area: 13.400 m²

Exhibitors: 161

Nature: public

Activities: Conferences, demonstrations, round-table debates, tasting sessions, Trofeu Lluís Santapau

Barcelona Degusta, the food fair for consumers and specialists, left a pleasant taste in the mouths of both exhibitors and the 27,000 or so visitors. It is reckoned that over 80% of visitors acquired some product or another at the eatery, where 80,000 tapas were served over three days.

The fair presented high-quality food products and new delicatessen, such as truffle honey, sea urchin preserves, wine bread, fruit flowers, beer cheese and a 100% Catalan gin and tonic, among hundreds of other delicacies from this country and abroad. On this occasion, firms from Portugal, Italy, France, Holland and Indonesia took the opportunity to lure the Barcelona public into new culinary adventures.

The Mercats de Barcelona area, which offered prepared dishes, novelty sandwiches and other specialities, and the 'Bulevard dels Restaurants'—where exclusive tapas were sampled which had been prepared for the Fira by the chefs of eight of Barcelona's most prestigious establishments—were two of the most popular areas.

The event, featured over 60 activities, including demonstrations, conferences and book presenta-

tions, which took place at L'Àgora, Les Aules del Gust, the showcooking sessions at the Catalonia stand and the Llibreria Gastronòmica of the Fnac store. Also very popular was the Trofeu Lluís Santapau contest for the year's best maître chocolatier, the award going to pastrycook Raül Bernal.

Barcelona International Boat Show

05-13 NOVEMBER

GRAN VIA AND PORT VELL. 50TH EDITION

Surface area: 74.700 m²

Exhibitors: 324 / 130 Yachts at the Port Vell Floating Exhibition

Nature: professional and public

Activities: Conferences, regatta presentations, prize-givings, traditional sailing workshops, light sail practice, fishing and sailing simulators

In 2011 the Barcelona Boat Show held a very special edition on the occasion of its 50th anniversary. Despite the unfavourable economic juncture, it contributed to boosting the commercial activity of the Spanish nautical market by promoting sales and new contacts.

As acknowledgement of the show's work in support of the sector and of internationalisation of the Catalan capital over all these years, the Barcelona City Council awarded it the Gold Medal for Sporting Merit. The anniversary was celebrated with the publication of a book, with an exhibition and with the issue of a commemorative stamp and medal.

The event constituted Spain's best offer in sport and leisure sailing with 324 national and foreign exhibitors, some at the Gran Via precinct and the rest at the Port Vell Floating Exhibition, where visitors could admire over 130 yachts of considerable length. Entities such as Deutsche Bank, Banc de Sabadell, CGMER and the Banque Populaire Côte D'Azur offered visitors financial products designed specifically to facilitate purchase of boats and mooring berths.

With a total of over 108,000 visitors, the show presented the latest trends in the nautical industry, which is becoming increasingly committed to ecology and functionalism. Furthermore, around 200 activities were organised, all of which were highly popular among visitors. Prominent here was a grand regatta off the Barcelona coast, which brought together 700 boats and one thousand or so national and international sailors. The city became the European sailing capital and a centre of attention for both professionals and amateurs alike, who were able to admire this uncommon spectacle organised in collaboration with the Catalan Sailing Federation and a host of firms, nautical entities and institutions.

Other events held included virtual regattas, baptisms at sea, cruise draws, regatta presentations and seminars, tugging demonstrations, fishing

simulators and conversations with sailors, so that the city might rediscover all the possibilities of sailing and of the nautical world.

The Village, built in the Port Vell and converted into the show's nerve centre, was the place where businessmen, sportspeople and sailing lovers came together.

In this context, the show once again acted as a major sectorial summit at which to debate the nautical industry in Spain and find ways to meet new challenges. A palpable example of this is the agreement reached between the Fira de Barcelona and the National Nautical Businesses Association (Associació Nacional d'Empreses Nàutiques - ANEN) to create a commission with the task of outlining the basic lines along which the show will evolve in forthcoming years, adapting to the needs of exhibitors and visitors in a changing economic environment committing itself to increased trade promotion and greater exposure abroad.

+info www.salonnavautico.com

Barcelona Meeting Point

International Real-Estate Show

19-23 OCTOBER

MONTJUÏC. 15TH EDITION

Surface area: 25.000 m²

Exhibitors: 265

Nature: professional and public

Activities: Conferences; seminars; awards

Organiser: Consorci de la Zona Franca

Barcelona Meeting Point, attended by exhibitors from 19 countries, proved once again that it constitutes a benchmark event in the Spanish real-estate sector. According to the organiser, over a period of five days exhibitors placed homes on the market that had not seen any potential purchasers for several months. Indeed, the event was a major display window that provided interested visitors with the opportunity to acquire a new home in the best market conditions at a particularly difficult time for the real-estate sector.

Over 25,000 experts in the sector visited the professional show. The edition also featured a space given over to the general public, in which real-estate agents from the Barcelona Metropolitan Area made a considerable number of homes available at the District Point area. Another prominent feature of the show was the Simpòsium, a debate forum attended by the current Spanish minister for Finances and Competitiveness, Luís de Guindos, as director of the PricewaterhouseCoopers Finance Centre.

Russia was the guest country on the occasion of the Spain-Russia Dual Year, which served to enhance relations between both countries. The Russian deputy prime minister, Alexander Zhukov, and the then Spanish secretary of state for Housing and Urban Planning, Beatriz Corredor, took part in the Russian Meeting Point cluster

and encouraged Russian investors to purchase holiday homes in this country.

This year, for the first time, the event enjoyed collaboration on the part of the Professional Association of Architects of Catalonia. Thirty or so Catalan studios held work sessions with the Russian delegation.

+info www.bmpsa.com

BcnRail 2011

International Railway Industry Show

29 NOVEMBER – 02 DECEMBER

GRAN VIA. 3RD EDITION

Surface area: 9.000 m²

Exhibitors: 123

Nature: professional

Activities: 1st International Railway Forum,

BcnRail Innova, international workshops, working breakfasts organised by the Infrastructures Circle, International Clusters Associations Seminar

This latest edition of BcnRail, held jointly with the first Smart City Expo at Pavilion no. 2 on the Gran Via exhibition center, marked the full consolidation of this show as the major exhibition event for the Spanish railway industry.

Over 6,800 professionals from the sector visited the Show, which made a bid for increased internationalisation as an added value by which to facilitate Spanish firms' access to new markets. To this end, BcnRail organised several international workshops, at which Brazil's, Turkey's, Algeria's, Russia's and India's investment in railway infrastructure plans were presented. The exhibitors included firms from France, Belgium, Germany, the United Kingdom, Switzerland, Austria, Italy and Argentina, as well as those from Spain.

BcnRail also developed its congressional side by holding the 1st International Railway Forum, attended by first-class speakers from both Spain and abroad. At the Forum, major issues were addressed such as Spain's connection to the European Transport Network.

The show, which has become the sector's mouthpiece, called for enhancement of public-private concessions to carry through investment projects in anticipated railway infrastructures, projects which had begun to be threatened by cutbacks applied as a consequence of the recession. For the sector, the concessions policy is a highly useful working tool by which to keep to the schedule of programmed works, regardless of the economic situation.

+info www.bcnrail.com

The Brandery

Urban and Contemporary Fashion Show

26-28 JANUARY AND 13-15 JULY

MONTJUÏC. 4TH AND 5TH EDITIONS

Surface area: 25.500 m²

Exhibitors: 147 (January) and 145 (July)

Nature: professional (January), professional and public (July)

Activities: technical seminars, exhibitions, events, concerts, parades

In 2011, the Urban and Contemporary Fashion Show, The Brandery, organised by the Fira de Barcelona with the support of the Barcelona City Council, held two key editions which marked its evolution as a multi-sectorial trends platform and nurtured core business focusing on designer clothes.

In January, under the slogan 'Chances for Changes', which denoted business opportunities and associated changes, the show held its first fashion parade, at which 22 of the 147 participating firms presented their latest creations.

Prominent among the show's attractions were the Fashion & Living area and the Fashion & Sport exhibition, where everyday items related to sport were put on display, designed by the most prestigious international fashion firms, including Yves Saint Laurent, Jean Paul Gaultier and Armani. Design also had a privileged space to itself in the Habitat Design area, where items by Nani Marquina, BD Barcelona and Santa & Cole were displayed.

The urban area was the setting for a host of Activities: the 'Shoot'n the City' exhibition, with 50 pictures by renowned photographers, located on Passeig de Gràcia; the 'Fashion Tour Coca-Cola Light' show; and the 'Window on the Move' display-window contest, in which over one hundred Barcelona stores took part.

The Laundry, the ideas laboratory of The Brandery, attracted coolhunters, bloggers and experts in the sector, such as Isabel Mesa, chairperson for Spain and Portugal of Worth Global Style Network, the leading analysis and on-line trends forecasting company; and Javier Nieto, professor at EINA and ESADE and president of Santa & Cole, who analysed different aspects of the world of fashion.

145 firms, 47% of which were international, were present at the summer edition. In the current context of economic recession, the Show sought to support the sector by inviting distributors and executives with high purchasing power to participate in speed dating sessions with the exhibiting firms. 168 such sessions took place between 50 firms and 13 groups from 11 countries, such as El Corte Inglés, the German Peek & Cloppenburg chain, the St Marteen women's clothing importers from the United States and the Russian Be Fashion chain.

Furthermore, the first Brandtown Fashion Xperience, open to the public and featuring concerts, parades and exhibitions, proved to be a key initiative thanks to which The Brandery became the new hot spot for trends, where public and professionals took the opportunity to experience fashion together.

Firms like Custo and Superdry took advantage of Brandtown to make direct contact with their end customers, and the public enjoyed the parades organised by 40 of the exhibiting firms as well as the 'Barcelona International Fashion Show',

featuring international fashion firms of the calibre of Stella McCartney, Vivienne Westwood and Roberto Cavalli.

Music could not possibly have been missing from such a varied programme, and was provided by the Sonar Festival team with groups such as Ladytron, Nouvelle Vague, Carlos Jean, Hercules & Love Affair and Azari & III, all of whom were a great success.

Bizbarcelona

Solutions for Entrepreneurs and Businessmen

15-16 JUNE

MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 22.300 m²

Exhibitors: 87

Nature: professional and public

Activities: conferences, workshops, funding market, Global Entrepreneurship Competition, Offers Forum, Idea Wall

This fair, fruit of the fusion between the Day of the Entrepreneur, the Entrepreneurs' Fira and the HiT Barcelona innovation summit, has become a unique platform from which to foster initiatives in emerging sectors, the ability to boost transversality and cooperation, and the creation of quality jobs.

Within the framework of Bizbarcelona over 1,800 meetings and 150 conferences and activities were held and organised focusing on business innovation, investment and creation. Among the most outstanding activities were those linked to funding, with the presence of 54 investment funds and business angels who held almost 1,000 speed dating sessions with entrepreneurs.

Bizbarcelona was also the setting for the 3rd Global Entrepreneurship Competition, in which 24 business plans from all over the world vied with each other to secure funding for their projects. The winner was Imprint Energy, an American firm which submitted a project for ultrafine printed batteries.

Likewise, several sessions were held on business opportunities in the digital world, on the advantages of franchises and on commercial networking.

The event enjoyed the support of the City Council (through Barcelona Activa and 22@), the Generalitat (Autonomous Government of Catalonia), "la Caixa", the Official Credit Institute (ICO), the Barcelona County Council, the Barcelona Chamber of Commerce and the Ministry of Industry, as well as sponsorship on the part of Google and the Zona Franca Consortium.

+info www.bizbarcelona.com

Carbon Expo

Global Carbon Market Fair & Conference

01-03 JUNE

GRAN VIA. 8TH EDITION (2ND IN BARCELONA)

Surface area: 16.500 m²

Exhibitors: 240

Nature: professional

Activities: plenary sessions, seminars, parallel meetings

Organisers: the World Bank, IETA and Fira de Barcelona

The most important world fair devoted to carbon emissions and to finding solutions for climate change held its second edition in Barcelona, organised by the World Bank, the International Emissions Trading Association (IETA) and Fira de Barcelona.

Those attending the event were very mindful of the coming Conference on Climate Change, to be held in December in Durban, South Africa, as well as of the world economic recession, which enshrouded environmental policies with an aura of uncertainty. In this context, and only one week away from the preparatory meeting convened in Bonn by the United Nations, the executive secretary of the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), Christiana Figueres, called on governments to commit themselves to combating climate change.

Carbon Expo was attended by over 3,000 participants from 110 countries and more than 240 exhibitors who presented new developments, technologies, tendencies, projects and services. Among those attending were top executives from funding and juridical corporations, energy and consultancy firms, political leaders and top government executives, representatives of the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), investment promotion agencies and multilateral development organisations, countries eligible for non-polluting development projects, several NGOs, academic institutions and think tanks.

Over 400 speakers, experts in climate change policies, finances, development and carbon markets, participated in 9 plenary sessions, 16 workshops and 50 parallel meetings.

+info www.carbonexpo.com

Construmat

International Building Exhibition

16-21 MAY

GRAN VIA. 17TH EDITION

Surface area: 60.000 m²

Exhibitors: 1.318

Nature: professional

Activities: Manifest Construmat, Casa Barcelona, first Sustainable Thinking Forum, Construmat Awards, National and International Bricklayers' Contest, National Parquet Layers' Contest, Solar Decathlon Europe, first Hispano-Brazilian Building Forum, Pintudecora, Calormat, Stonemat, International Meeting Point, seminars, B2B meetings, congresses, compensations

Besides submitting solutions to the current recession, this new edition of Construmat

became the mouthpiece for the building sector's demands and proposals: over one hundred Spanish professional building associations subscribed to the Construmat Manifesto, a decalogue calling for support measures for the sector, an initiative set in motion by the Fira's Organising Committee.

Presentation of the Manifesto, which took place at the Barcelona Circle of Economy a few days before Construmat was officially opened, constituted the preamble to an edition marked by the sector's need to devise formulae by which to tackle the recession. To this end, Construmat opted for innovation, rehabilitation and sustainability as core themes and for internationalisation as a strategy.

In the field of innovation, the sixth edition of the Casa Barcelona project was presented which, for the first time in its history, made the transition from theory to practice, since the City Council had built a housing block in accordance with the parameters proposed for Avinguda Vallcarca.

Refurbishment projects had their forums in the Àgora, where several conferences were held; the Laboratori, where products and procedures for building refurbishment were presented; and the Ruta, where all exhibitors specialising in this building segment were grouped together.

With the collaboration of the Green Building Council España association, the Fira organised a number of activities by which to foster sustainable building, such as certifying construction products and processes by means of the green label (or Green Data Sheet), and the set of conferences under the Green Data Forum epigraph.

Prominent in the field of internationalisation, besides a programme for purchasers from different countries, was the organisation of the first Hispano-Brazilian Building Forum, at which representatives of professional associations from Brazil acquainted those attending with the business opportunities offered by that country, one of the so-called 'emerging' countries, and established trade contacts with several exhibitors. To all this we should add the announcement that a forthcoming edition of Construmat will be held in China, as an initiative on the part of the Fira to introduce our small and medium-sized firms into the Chinese market, one of the most dynamic in the world.

Construmat also set out to make a specific contribution to the sector's recovery in a more local context. To this end, the Day of the Distributor was held, at which wholesalers were able to buy materials at special prices; furthermore, on the last day the doors were opened to the non-professional public to enable end users to directly acquire products with which to carry out domestic refurbishment work.

Over 127,500 people, of whom 9,000 were from abroad, visited Construmat's most international edition: there were exhibitors from 35 countries and purchasers and professionals of 58 different nationalities were accredited.

+info www.construmat.com

Barcelona International Comic Fair

14-17 APRIL

MONTJUÏC. 29TH EDITION

Surface area: 19.000 m²

Exhibitors: 168

Nature: public

Activities: exhibitions, awards, round-table debates, workshops

Organiser: Ficomic

Comic strip enthusiasts filled Pavilion no. 8 on Montjuïc, the venue for the 29th edition of the International Comic Fair, an event that highlighted the dynamism of a discipline that goes far beyond simple entertainment.

Thanks to its varied programme of activities, the Comic Fair, which was visited by over 100,000 people, constituted a nucleus of recreational and cultural interest. Visitors' attention was focused on several thematic exhibitions: those devoted to zombies, the living dead that feature in films, television series, books and comics; to the legendary Tarzan; to the fascinating personality of cats; and to the attempted coup d'état that took place in Spain on February 23 1981, just 30 years ago, with comic strips published by the magazines *El Jueves* and *El Víbora*, which recall what occurred that day at the House of Deputies.

A series of rock concerts, a video-game area and encounters between professionals completed the programme of an event that also took to the streets, for the International Comic Fair organised nighttime film projections at a number of venues in Barcelona and Badalona.

The long list of Spanish and foreign cartoonists who attended the Fair attests to the high creative and artistic level of the present-day comic, now regarded as the 'ninth art'. Furthermore, and as on previous occasions, the event served as a point of contact and agreement between creators and publishers.

+info www.ficomic.com

Cosmobelleza & Wellness

The International Hairdressing, Beauty and Wellness Show

26-28 FEBRUARY

GRAN VIA. 17TH EDITION

Surface area: 38.000 m²

Exhibitors: 295

Nature: professional

Activities: technical seminars; training sessions; competitions; congresses; business rounds

Organiser: Grup Cosmobelleza

The latest trends in hairdressing, beauty treatment, cosmetics and makeup, hot-spring treatment and wellness were presented, once again, at Cosmobelleza & Wellness, one of the Euromediterranean region's major events devoted to all-round beauty.

This edition was attended by 295 exhibitors from Germany, Australia, Belgium, China, the United States, France, Italy, Jordan, Pakistan, the Netherlands, Poland, Portugal, the United Kingdom, the Czech Republic, Taiwan, Turkey, Ukraine and Venezuela. The event, therefore, has acquired great prestige worldwide and attracted 98,600 professionals, of whom 15% were foreigners from a total of 69 countries.

Cosmobelleza & Wellness organised several business rounds between manufacturers and distributors in order to foster trade contacts. As has become customary by now, training sessions took place at which the latest beauty-treatment techniques were taught. Prominent in this context were the 25th Aesthetics Congress, a classic for professionals in the sector, at which new developments in massage, makeup and treatments are presented, and the Barcelona Hair Fashion Parade, graced by the presence of Michael Shaun, the famous Hollywood star hairdresser.

Furthermore, practical sessions were held on beauty-treatment techniques (ultrasound cavitation, neocollagenesis, photoepilation, etc.), as well as the now traditional body makeup contest, seminars on hot-spring treatment and franchises, and demonstrations of nail decoration, one of the fastest growing segments in Spain in recent years.

+info www.cosmobelleza.com/es/feria.cosmo

E-commretail Barcelona

The Professional e-Commerce and Online Business Show

02-03 MARCH

MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 6.700 m²

Exhibitors: 120

Nature: professional

Activities: seminars, conferences, master classes, ECOMM Awards prizegiving

Organiser: Fopren

Companies and professionals from several sectors related to technology and electronic trade services, social media, browsers, digital marketing, logistics and cloud computing, among others, met at a Fair that after only two editions has doubled in numbers of exhibitors and visitors.

The Fira has also become consolidated as a benchmark in a speciality, applicable to a host of sectors and economic activities, that is undergoing rapid expansion.

E-commretail organised numerous seminars, conferences and master classes imparted by a total of over 200 international speakers, who covered the range of experience in online marketing and electronic trade of firms like Google, Facebook, FC Barcelona, LinkedIn, Telepizza, Softonic, Munc, Cuatrecasas, Vodafone, ACB, Buy Vip, Privalia, Vente Privée, Pixmania, Euroleague Basketball, Fnac, McCann Eriksson, Herraiz & Soto, Cofidis, Fotocasa, Drupal and Joomla, among others.

Experts forecast an 18% increase in online sales in Europe during 2011 and a business turnover of 200,000 million euros. It was estimated that online sales in Spain would increase by 19%, reaching a figure of some 9,400 million euros, and that each Spaniard spends an average of 892 euros per year in online purchases.

On the occasion of the fair, the prizegiving ceremony of the ECOMM Awards 2011 took place, in recognition of the best Spanish electronic trade firms in the fields of services and technologies for electronic trade. Among the winners were Zara.com, Dressforless.es, Enepe.com, Rentamus.es and Hotel.info.

+info www.ecommretail.com

EIBTM

Exhibition for the Incentive, Business Travel and Meeting Industry

29 NOVEMBER - 01 DECEMBER

GRAN VIA. 8TH EDITION IN BARCELONA

Surface area: 42.900 m²

Exhibitors: 3.116

Nature: professional

Activities: conferences, seminars, workshops, business rendezvous, awards

Organiser: Reed Travel Exhibitions

EIBTM, regarded as the most important world event in its speciality, held one of its most successful editions with the presence of visitors and buyers from 90 countries, notably the United States, Germany, France, Spain, Italy, Russia, Poland, Holland, China and Brazil.

Among those attending were travel agents, tour operators, congress and convention centres, hotel chains, service providers and international event organisers from all over the world.

During the three days of the event the Fair was visited by some 15,200 buyers and travel planners, and meetings took place there to present all the new developments and trends in the sector and to decide where and how future events would be held. In this context, we highlight the fact that around 65,000 trade rendezvous took place, a figure that far surpasses that of 2010.

Prominent among new developments was the new space 'Experience for Future Events', a foretaste of what conferences and meetings will probably be like in forthcoming years and how technological innovations will influence the sector.

For the first time China officially presented its business tourism, congress and incentives travel programme, a field with major growth prospects in that country.

Other initiatives included the presentation of a new international study of the sector, the EIBTM Awards, several seminars, conferences, networking events, workshops, demonstrations and product promotions.

+info www.eibtm.com

Expo Ecosalud

Health and Quality of Life Show

01-03 APRIL

MONTJUÏC. 14TH EDITION

Surface area: 12.000 m²

Exhibitors: 188

Nature: professional and public

Activities: technical seminars, sectorial congresses, workshops, the manual therapy section, herbodietetic restaurant

Organiser: Interalia

Savouring Bach flower chewing gum that helps control the emotions; beds that eliminate stress; vibration therapy sessions with relaxation bowls that eradicate muscle contraction; the first natural anti-cholesterol tablet; and latest developments in bio-electromedicine were some of the highlights of Expo Ecosalud.

Over 500 manufacturers participated, a figure 10% higher than that of the 2009 edition. Accounting for 30% of the total number of exhibitors, one of the sectors best represented was that of natural therapies, which included latest developments in quiromassage, osteopathy, naturopathy, homeopathy, acupuncture and energy techniques. The sectors devoted to ecological products and dietetics and diet supplements accounted for 60% of exhibiting firms. Natural cosmetics, medicinal plants and remedial herbs completed the Expo programme.

Over 31,000 visitors, 42% of whom were professionals, took an interest in the latest developments and trends in dietetics, diet supplements, ecological products, natural therapies and healthy alternatives with which to keep in shape.

The fair also provided the setting for a total of almost 50 conferences, seminars and workshops related to therapies, all open to the general public. Prominent here was a master class on nutritional therapies and supplements, personal development and new technologies, one of the main speakers being Emilio Duró, an expert on motivation and leadership.

+info www.interalia.es / www.exposalud.net

Expohogar

Trade Show of Gift and Home Articles

21-24 JANUARY AND 24-27 SEPTEMBER

MONTJUÏC. 45TH AND 46TH EDITIONS

Surface areas: 8.000 m² (spring)

8.300 m² (autumn)

Exhibitors: 100 (spring), 124 (autumn)

Nature: professional

At its spring and autumn editions Expohogar presented the latest trends in gift articles, costume jewellery and fashion and decoration accessories.

The colour white and vintage-style rustic furniture were the central features of new trends

in interior decoration for the spring-summer season. As regards accessories, Panama-style raffia hats, denim and vaporous fabrics with liberty and floral prints made a strong comeback.

For its part, the autumn edition (Expohogar Tardor) revealed the exhibitors' ability and tenacity when it comes to presenting original, functional products at very reasonable prices to adjust to consumer demands at a time of economic recession. Among the novelties on show were portable photography studios, moneyboxes that act as mini cash dispensers, and multi-purpose scarves.

Also displayed were the latest trends in Christmas articles, such as perfumed candles featuring the aromas of turrón and champagne, Nativity scenes in fishing-village settings and even Christmas trees that release artificial snow and incorporate canned music.

Prominent trends in the interior decor section were style fusion, British refinement and Romanticism. Oriental influences, such as Japanese engravings or figures of Buddha, also made their presence felt, alongside natural materials such as wood, jute and linen. Outstanding among clothing accessories were bags, scarves and kerchiefs featuring animal prints.

+info www.expohogar.com

Expoquimia, Eurosurfas and Equiplast

Mediterranean Applied Chemistry Congress

14-18 NOVEMBER

GRAN VIA. 24TH EDITION (EUROSURFAS) / 16TH EDITION (EXPOQUIMIA AND EQUIPLAST)

Surface area: 80.000 m²

Exhibitors: 950

Nature: professional

Activities: the closing ceremony of the International Chemistry Year in Spain, seminars, B2B rendezvous, congresses, workshops, symposiums, exhibitions

The Mediterranean Applied Chemistry Congress, which consisted of the simultaneous holding of Expoquimia, Eurosurfas and Equiplast, was indeed one of the major industrial, technical and economic events to take place beside the Mediterranean. Approximately 38,000 professionals gathered at an event that proclaimed the importance of increasing sales and business contacts in order to reactivate the sector.

Expoquimia became the major point of encounter between industry and science, by providing the context for the presentation of over 200 new technical developments as well as organising over 50 activities as part of the scientific seminar programme, which brought together hundreds of speakers and congress-goers from both Spain and abroad.

In collaboration with the Spanish Chemical Industry Business Federation (Federación Empresarial de la Industria Química Española - FEIQUE), Expoquimia organised a number of trade missions: representatives of Argentinean, Mexican and Chilean professional and business associations attended the event to acquire both Spanish technology and Spanish products.

In response to the needs of such a broad sector as the chemical industry, the event provided an inlet for new sectors with the creation of Pharma Process, aimed at the auxiliary industry; Cosmetic Dati, which attracted all agents involved in cosmetic manufacture; and Food Innovation, which displayed the numerous contributions the chemical industry has made to food. These three thematic areas were added to those that were already there: Lab&Bio, devoted to firms specialising in biotechnology, and Compositesch, devoted to new materials.

On the scientific side, Expoquimia provided evidence, once again, of the high level of Spanish research, thereby obliging the Expoquimia R+D+i Awards jury to grant it two special mentions for the first time. These awards were given to a new process for generating agents against a molecule related to infections caused by the AIDS virus and involved in the appearance of cancer tumours, and a biotechnological process by which to manufacture a molecule that retards hunger pangs.

The closure of the commemorative events in Spain of the International Chemistry Year, which celebrated the centenary of Marie Curie's having been awarded the Nobel Prize for Chemistry, endowed Expoquimia'11 with huge added value.

On the other hand, Equiplast, the International Plastic and Rubber Fair, contributed to the plastic industry's reaching high levels of sales and business contacts.

Finally, the latest edition of Eurosurfas, the International Paint and Surface Treatment Fair, in which over 150 firms participated, was attended by numerous purchasers from associated sectors, such as the motor industry.

+info www.expoquimia.com

+info www.equiplast.com

+info www.eurosurfas.com

Expominer

The International Mineral, Fossil and Jewel Show

11-13 NOVEMBER

MONTJUÏC. 33RD EDITION

Surface area: 5.500 m²

Exhibitors: 125

Nature: professional and public

Activities: exhibitions, documentaries, workshops, drawing contests

Once again, Expominer brought together the largest collection of minerals, fossils, jewels and gems in Spain. The event, which year after

year strives to familiarise the public at large with geology, particularly primary and secondary school children, had two major protagonists:

On the one hand the prestigious palaeontologist Eudald Carbonell, famous for his role as co-director of the excavations in the Sierra de Atapuerca (Burgos) and for his activities as an educator, made his debut as chairman of the Show and participated actively in the programme by imparting a conference on the Homo antecessor.

Volcanology was another section that captured great interest: for the first time lava samples from the underwater eruption near El Hierro were put on public display and workshops were held on volcanic eruptions, co-organised with Barcelona University, the Jaume Albera Institute of Earth Sciences, of the Spanish National Research Council, and the Geological Institute of Catalonia.

The activities programme was completed with sessions on mineral photography, organised by the Catalan Mineralogical Association; the workshop 'After the traces of dinosaurs', organised by the Coll de Nargó Dinosaur Museum; the Show's traditional drawing contest; the 'Viú la Geologia' area, organised by the Barcelona University Geology Faculty; and the 'Els vidres d'or de Veneçuela' photograph exhibition.

+info www.expominer.com

Festival de la Infancia (Children & Youth Festival)

27 DECEMBER 2011 – 04 JANUARY 2012
MONTJUÏC. 48TH EDITION

Surface area: 43.000 m²

Exhibitors: 100

Nature: public

Activities: workshops, contests, games, parades, sporting activities

The Children & Youth Festival, which Fira de Barcelona has been organising since 1963 as one of the major family recreational events during the Christmas festivities, was attended by around 150,000 children and adults, who were able to choose from among over 150 sporting, educational, cultural and solidary activities.

In this edition, sport assumed an especially prominent role thanks to collaboration on the part of several entities, such as the FC Barcelona Foundation and the Barcelona Sports Institute, run by the City Council. At the Barça stand, which accommodated two soccer pitches, children were taught values such as fair play and respect for opponents. The most fortunate were even given the opportunity to play with Cesc Fàbregas, Andreu Fontàs and Thiago Alcántara.

The little ones were also able to become athletics champions: they competed at the mini-stadium built to commemorate the 20th

anniversary of the Barcelona Olympics and the holding, in 2012, of the World Junior Championships in Athletics. Likewise, the Port Aventura skating rink, the horse-riding area, the cycling and kart circuits and the Canal Panda ball sessions were a resounding success.

The workshops where children learnt to prepare healthy meals, cultivate an urban vegetable garden, make puppets from recycled paper and blow gigantic soap bubbles were also attended by many. Furthermore, the Festival featured new areas assigned to video games (which according to experts may contribute to the socialisation and intellectual development of children and young people), an example of the event's efforts to adapt to new times.

+info www.festivalinfancia.com

Fira d'Artesania (The Crafts Fair)

02-04 DECEMBER
MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 2.800 m²

Exhibitors: 120

Nature: public

Activities: workshops and demonstrations

Organiser: Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

Catalan crafts were the protagonist of the products fair held with the purpose of creating an exhibition space and stimulate direct sales to the consumer, given the proximity of the Christmas festivities.

The Fair was attended by over 120 exhibitors from all over Catalonia, representing a variety of sectors and metiers: fashion accessories, jewellery, articles for the home, gift items and interior decoration elements, among others.

Located in Pavilion Z-6, the event premises were divided into three major areas: one devoted to items for different parts of the house (kitchen, table, bathroom); a second, focusing on the realm of space, where visitors could buy products linked to interior decoration and household furniture. Finally, the third area was given over to personal accessories (fashion, jewellery, costume jewellery...).

Addressed essentially to families, the Crafts Fair organised a wide range of activities such as children's workshops (on frosted glass and on working with pelts), live demonstrations of different metiers (ceramics, engraving on leather, textiles, religious image making, costume jewellery, basket weaving, etc.), as well as a projection space showing audio-visuals on the subject of Catalan crafts, craftspeople and associations and entities that work to provide quality products, such as the Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya and the Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

+info www.ccam.cat

Feria disCapacidad & Empleo de Barcelona (Disablement and Jobs Fair)

08-09 JUNE
MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 2.800 m²

Exhibitors: 75

Nature: public

Activities: round-table debates, conferences, workshops, painting and photograph exhibitions, sign-language theatre, prize-giving

Organiser: disJob.com

Under the motto 'Sí que som capaços' (Yes, we are able), the Barcelona Congress Hall provided the venue for the first Disablement and Jobs Fair, the aim of which is to facilitate disabled people's transition into the labour market.

The event became a meeting point for firms seeking permanent employees and professionals with some kind of disability who were looking for work. The considerable number of visitors became familiar with the type of profile in greatest demand and were able to make direct contact with companies, associations, foundations and centres specialised in job hunting.

Furthermore, several round-table debates were held for professionals on subjects related to social or labour integration, to accessibility and to corporate social responsibility. Workshops were also organised on how to draw up a good CV, how to be successful at interviews and how to be a social entrepreneur.

Other major activities included a painting exhibition by people with the Down syndrome, a theatre piece performed in sign language and a photograph exhibition on the theme of self-improvement. Likewise, the Disablement and Jobs Fair awards were given to several entities in recognition of their social commitment, and the Innova Discapacitat awards to the most innovative idea on transition into the labour market. The prize-winners were Repsol, the Spanish Electricity Network, Grup Sifu, the Focus Abengoa Foundation and the "la Caixa" Foundation.

+info www.feriadiscapacidad.com

FM&BS

Facility Management and Business Services
World Summit

28-30 JUNE
MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 5.828 m²

Exhibitors: 100

Nature: professional

Activities: stands area, networking area, conferences

Reducing costs and optimising resources are the two main objectives pursued in the application of facility management and business services as tools of business management, both

addressed at the first FM&BS World Summit, held at the Montjuïc Congress Hall. The event forms part of the Fira's policy to launch new exhibition products.

According to experts, externalising services makes it possible to readapt firms to the current market situation, vary operational costs and concentrate efforts on firms' core business, thanks to a saving of between 10 and 15% may be attained in expenses as well as a contribution made to increased productivity.

At the first FM&BS edition 25 speakers took part, outstanding among whom was Keith Alexander, architect and professor at Salford University (Manchester, UK), who is regarded as the 'father' of facility management; Helena Ohlsson, international director of FM at the Swedish firm IKEA; Terry Mills, vice-president of the corporate clients sector of ISS Europe (one of the world's most important firms in this sphere); and Salvador Torres, president of IFMA España.

The event enjoyed the support of IFMA España, one of the 18 international sections of the International Facility Management Association-IFMA, which serves as an umbrella organisation for all this country's professionals in the discipline.

+info www.fm-bs.es

The Mediterranean Dental Forum

07-09 APRIL
MONTJUÏC. 7TH EDITION

Surface area: 15.000 m²
Exhibitors: 136
Nature: professional
Activities: Congresses, round-table debates, seminars
Organiser: Puntex

The Mediterranean Dental Forum became consolidated as a major business and knowledge platform for professionals in the field of dental hygiene. This edition brought together over 10,000 specialists (including dental surgeons, hygienists, prosthodontists and speech therapists), as well as students and suppliers, most of whom came from Catalonia and the Balearic Islands.

A prominent feature of the event was the scientific programme, which included seminars and conferences at which the latest developments and challenges in the sector were discussed. Developments presented included new digital methods in the field of orthodontics, alternative dental prosthesis manufacture methods and novelties in aesthetic dentistry, CAD/CAM dental systems, and digital radiography and implantology, a speciality that has registered a great demand in recent years.

The event also featured an exhibition area in which products and technologies were

displayed linked to diagnosis, prevention, treatment and dental hygiene, such as enamel whiteners, pain mitigation methods and dental implant systems.

As from the forthcoming edition, to be held in 2013 at the Gran Via venue, the Mediterranean Dental Forum will be organised by Fira de Barcelona in close cooperation with the Professional Dental Surgeons and Stomatologists Association of Catalonia (Col·legi d'Odontòlegs i Estomatòlegs de Catalunya - COEC), and it will aim to enhance its national leadership in the field and boost its international character.

www.forum-dental.es

Glassman Europe

The Glass Fair

25-26 MAY
MONTJUÏC. 19TH EDITION (1ST IN BARCELONA)

Surface area: 5.800 m²
Exhibitors: 100
Nature: professional
Activities: Conferences; presentations
Organiser: Quartz Business Media

For the first time, Fira de Barcelona held one of the world's most important events in the glass industry sector, at which the latest advances were presented in the manufacture and processing of his material. For over two decades, this has been a benchmark event not only in Europe but also in America and the Middle East.

At this Barcelona edition, over one hundred national and international exhibitors presented new developments in the spheres of raw materials, machinery and technology. The main industrial and technical facilities and items included processing plants; kilns; combustion equipment; heat-resistant products; machines for laboratory services and analysis equipment; process control, technical assistance and capacitating systems; and 'keys-in-hand' plant construction services.

Besides the demonstrations, one of the most interesting aspects of the event was the comprehensive programme of conferences, delivered by representatives of different firms and by experts in the sector.

The European Union is the world's leading glass producer and consumer, followed by the United States and Japan. Spain is Europe's fourth most important producer. However, one of the central issues addressed at Glassman was access to the emerging markets of Asia and Latin America, particularly Brazil, China and Mexico, as well as to those of the Arab Emirates. In this context, Glassman sought to foster the establishment of numerous business contacts with potential customers.

+info www.glassmanevents.com/europe

Globalgeo

The International Geo-information Show

15-17 MARCH
MONTJUÏC. 5TH EDITION

Surface area: 2.200 m²
Exhibitors: 30
Nature: professional
Activities: International Geomatics Week, seminars, conferences, debates

Geo-information, which is becoming increasingly present in everyday activities, opens up major business opportunities, above all for technological firms. In this context, Globalgeo revealed the potential of an industry that is growing at an annual rate of 35% in the US, and the latest developments were exhibited in cartography, geographic information systems, photogrammetry, teledetection, geodesy, topographical surveying, navigation by satellite and intelligent transport systems.

Among the most innovative products, several geoservices were presented that make it possible to improve mobility in cities, optimise resources, foster transparency in administrative circles and manage civil defence emergency action (applications by which to verify traffic conditions in real time; geo-information systems that locate the site of an accident on the map; and new processing technologies of images captured by radar or unmanned aircraft).

In this edition, at Globalgeo the scientific programme was enhanced by the organisation of around 150 seminars and by participation on the part of over 250 national and international specialists, like Sanjay Patel, in charge of Google Geo in Europe. Other outstanding aspects were the TIG-SIF Forum cycle of conferences, devoted to geo-information applications in the urban sphere.

In the framework of the show, the 9th International Geomatics Week was held, which focused on maps of the future: they will be in three dimensions, with enhanced reality, and will feature all kinds of information (texts, photos, sounds and videos). World-renowned speakers attended the event, such as Monika Sester, from Hannover University, and Carmen Aguilera, of the European GNSS Supervisory Authority.

+info www.globalgeobcn.com

Graphispag

International Print Media Exhibition

22-26 MARCH
GRAN VIA. 12TH EDITION

Surface area: 23.000 m²
Exhibitors: 668
Nature: professional
Activities: congresses, the Adobe Digital Workshop, seminars, conferences, exhibitions, homages, Marco de Oro and Liderpack awards

Graphispag celebrated its 45th anniversary as a benchmark event, convinced that the sector

must undergo restructuring, embrace international market trends and harness new technologies in order to reinvent graphic products. With a view to extending its offer and increasing its synergies with the world of visual communication, for the first time ever Graphispag was held concurrently with Sonimagfoto & Multimedia.

The show attracted approximately 39,000 professionals, 7% of them from abroad, mainly from Portugal. Graphispag exceeded initial expectations and this edition contributed to reviving trade contacts and business activity, thereby infusing a spirit of optimism into graphic firms at a key strategic decision-making time when it comes to finding one's place in the scenario that will emerge from economic recovery and facing the change of cycle imposed by advances in the fields of digital contents and screens.

The congress and the twenty or so technical seminars, oriented towards identifying growth opportunities, were attended by over 3,500 people.

In order to commemorate its anniversary, Graphispag exhibited 45 hitherto unpublished posters by some of Spain's best designers, and paid tribute to the 16 exhibiting firms that participated in the first edition, back in 1966.

Furthermore, the Marco de Oro prizes were awarded for Serigraphy, Tampography and Digital Printing, and the Liderpack prizes for Packaging, Wrapping and Sales-Outlet Advertising, both corresponding to the year 2010 and organised annually by Hispack and Graphispag Associació.

+info www.graphispag.com

Infarma

Pharmaceutical and Parapharmacy Specialities Show

01-03 MARCH

MONTJUÏC. 10TH EDITION

Surface area: 7,000 m²

Exhibitors: 206

Nature: professional

Activities: European Pharmacy Office Congress

Organisers: the Official Pharmaceutical Association of Barcelona and Interalia

In 2011, the benchmark rendezvous for professionals in the pharmacy industry exceeded all expectations by attracting over 2,200 congress-goers and 23,000 visitors, around 10% more than the previous year.

Thanks to the presence of over 200 exhibitors, Infarma presented the sector's latest products, such as new medicines and applications in the fields of dermatopharmacy, nutrition, phytotherapy, homeopathy, optics, orthopaedics and healing material. Furthermore, new trends were presented in commercialisation and distribution, installation, decoration, medical attire and assessment.

The show also featured a broad scientific programme of conferences, workshops and round-table debates as part of the European Pharmacy Office Congress. The sessions, in which institutions, firms and over 130 specialists from all over Europe took part, served as a showcase for the latest research and development projects for new drugs and as a place to debate the sector's challenges in such varied fields as improving pharmaceutical attention, the introduction of electronic prescriptions, interprofessional collaboration and further training.

From its inception in 1993 until 2011, Infarma was a two-yearly event held at Fira de Barcelona. Henceforward it will be annual and will be held alternately in Barcelona and Madrid. For the event organisers, the new situation marks a major step forward for the sector, since it involves joining forces with the main official associations in this discipline.

+info www.interalia.es/www.infarma.net

ITMA

The International Textile Machinery Show

22-29 OCTOBER

GRAN VIA. 16TH EDITION (1ST IN BARCELONA)

Surface area: 200,000 m²

Exhibitors: 1,350

Nature: professional

Activities: conferences, seminars, the World Textile Summit

Organisers: CEMATEX, in collaboration with the Multisectorial Firms Association (Asociación Multisectorial de Empresas - AMEC)

The world's most important textile machinery and technology show, instituted by the European Committee of Textile Machinery Manufacturers and held every four years in one of the countries on the Old Continent, took place in Spain for the first time since its inception in 1951.

The event's 16th edition, which occupied practically the entire Gran Via precinct including the new pavilions 5 and 7, broke all internationalisation records: 1,350 exhibiting firms took part from 45 countries, including 90 from Spain, and over 100,000 professionals from a total of 138 countries visited the Show.

Over 90% of these visitors came from abroad, particularly from Italy, India, Germany, Turkey, Brazil, France, Iran, Portugal and the UK, with a prominent presence of potential buyers from the main textile centres of Asia and Latin America, as well as those of delegations from 27 countries and from the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). Spain provided almost 9% of visitors.

Given the current world recession context, those responsible for organising the event very positively valued both the number and quality of visitors and the level of contacts and business reached, as well as determination of the part of the textile and clothing industry to invest and innovate.

Indeed, at ITMA the latest developments and trends were presented in the field of textile machinery and technology. The edition was characterised by the success of the fibres and yarns sector, present at the Show for the first time, and by growing concern for sustainability and technological solutions respectful towards the environment.

In this context, research and education were two of the core themes of the event, enhanced by the presentation at the Research and Education Pavilion of projects developed by 47 universities and institutes in 20 countries, at which prestigious speakers delivered talks.

On the other hand, a comprehensive parallel programme of high-level conferences and seminars was developed under the generic title of Conferences@ITMA, in which around 700 professionals participated.

Outstanding here was the World Textile Summit, the main speaker at which was former United Nations secretary general Kofi Annan. Also held were specific meetings on sustainability, chemical applications and trends in the textile industry, as well as encounters between young entrepreneurs in the sector.

The economic impact of ITMA on the city of Barcelona was calculated at around 800 million euros. At the end of the event, which was regarded as a success at all levels, the will became manifest on the part of the Government of Catalonia, the Barcelona City Hall and Fira de Barcelona, among other institutions and organisations, to make Barcelona the host for the next edition.

+info www.itma.com

Low Cost Motor

Secondhand Vehicles Opportunity Fair

4-13 JUNE

MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 9,500 m²

Exhibitors: 38

Nature: public

Organiser: Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona -GVVM

Veritable bargains in fully guaranteed second-hand cars at highly reasonable prices. The Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona -GVVM once again organised a Show with very interesting offers just before the summer, the season traditionally marked by increase in bargain vehicle sales.

Despite the difficult economic juncture and associated credit cutbacks, the results proved to be satisfactory for the 38 exhibitors who took part. In the space of ten days, they sold a total of 230 vehicles (almost one quarter of the 1,000 on display) for an estimated value of 3.5 million euros. Moreover, a total of 50 further operations were set in motion at the concessionaires'

offices after the Show had come to a close. These figures denote a sales increase of 50% over those of the previous year.

The exhibiting firms strove to offer visitors the best quality/price ratio, and all the cars were thoroughly overhauled to near-perfect condition. The offer of at least one year's warranty and other advantages significantly boosted sales, especially during the last weekend of the show. It is reckoned that some 25,000 people visited the event.

The Association very highly valued the results of the show, stating that the Catalan second-hand market has the capacity to hold two major annual shows in Barcelona —Low Cost Motor and the Salón Ocasión of Fira—, both specialising in nearly-new vehicles, as well as to organise local events elsewhere during the year.

+info www.gvvm.es

Magic Internacional

The Spiritualism, Parascience and Alternative Therapies Fair

04-06 NOVEMBER
MONTJUÏC. 7TH EDITION

Surface area: 5.615 m²

Expositors: 150

Nature: public

Activities: workshops, conferences, demonstrations, film sessions

Organiser: D'Arbó Productions

Attended by over 51,000 visitors, the international parascience and alternative therapies fair proved once again that it is among the most important of its kind in Europe. For the seventh year in succession the event was held at the Montjuïc venue, where over 150 exhibiting firms presented a wide gamut of products ranging from books and DVDs on new spiritualism and alternative medicine to tarot cards, stones with healing properties and amulets. The public was also given the opportunity to consult the over 500 professionals at the Fair on matters of self-help and personal growth, orientation and healing, palmistry and clairvoyance.

On the other hand, once again the Fair featured a full training and dissemination programme. In 2011, the event included conferences, workshops and demonstrations delivered and imparted by over 50 specialised teachers, therapists, writers and journalists, both from Spain and from the rest of Europe and America.

In this edition a prominent role was played by legends related to the Christmas season and rituals linked to the new years and winter solstice. Furthermore, several sessions were organised on metaphysical and parascientific practices such as reiki, regressions, channeling and feng shui. Magic, which once again featured a sessions of spiritual cinema, had

for the first time a music therapy and conjuring room with white magic, biodance and mentalism performances.

+info www.magicinternacional.co

MiBoda

Fair specialising in Wedding Solutions

19-20 NOVEMBER
MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 8.407 m²

Exhibitors: 100

Nature: public

Organiser: Flaqué Internacional

Couples intending to marry found at MiBoda everything they needed for the great day. Thanks to the presence of the most prestigious manufacturers, visitors became acquainted with the latest in wedding dresses, groom's attire, items for parties and ceremonies, accessories, catering, decoration and furniture, jewellery, photography and video, car hire, travel agencies, florists, printers, gifts and guest reception, wedding lists, music and entertainment, hairdressing and makeup and a long etcetera.

Consequently, over two days and in the same venue the public had at their disposal a wide range of products and services, presented by the hundred or so exhibiting firms, and the opportunity to plan practically all details related to the ceremony, which made the fair a major display window for trends in the wedding industry. Likewise, MiBoda became consolidated in its second edition as a benchmark commercial platform for professionals in the sector by promoting sales and new contacts.

Besides examining the latest novelties, those visitors who so wished set to organising their wedding there and then: ordering the rings, the invitations, gifts for guests, the wedding car, the photographer... even contacting professionals specialising in livening parties, in makeup or hairdressing or booking the reception and the honeymoon trip, among other services. MiBoda offered visitors everything they needed for a made-to-measure wedding.

+info www.miboda.cat/es

Mobile World Congress

15-18 FEBRUARY
MONTJUÏC. 6TH EDITION IN BARCELONA

Surface area: 56.556 net m²

Exhibitors: 1.400

Nature: professional

Activities: directors' summit, conferences, technical sessions, App Planet

Organiser: GSMA in collaboration with the Fira de Barcelona

Few industries enjoy the good health of the mobile communications sector. The 2011 edition of the Mobile World Congress revealed once again that this is one of the strongest and most innovative economic sectors with greatest growth potential.

The over 1,400 firms present at the event confirmed that the mobile ecosystem has a prosperous future ahead of it, also corroborated by the fact that over 60,000 people visited the congress as opposed to the 49,000 in 2010.

The ministerial GSMA programme also registered record figures having brought governmental delegations from 131 countries together in Barcelona.

During the four days of the Congress, the executive directors of firms such as America Mobile, AT & T, China Mobile, Cisco Systems, Ericsson, Google, HTC, Intel, Microsoft, Nokia, NTT DoCoMo, Qualcomm, RIM, Telefónica, Twitter, Vodafone and Yahoo discussed the trends that will define the mobile industry in the future.

As a supplement to the main programme, the Mobile World Congress conferences addressed a wide gamut of themes, ranging from applications in the field of advertising to banking, health, web capacity and next-generation technologies. The second edition of App Planet, an event designed to bring together in a specific place all the critical elements of the mobile applications ecosystem, received over 12,000 developers and hosted conferences organised by several firms, prominent among which were Macworld Mobile, aimed at Apple and OS programmers. Another major App Planet attraction was the Mobile Cloud Forum, which focused on applications and services supplied directly from the Internet through smartphones.

The Mobile World Congress is organised by GSMA, the global association that represents the interests of nearly 800 telephone operators in 220 countries and of over 200 technology and contents supply firms. Fira de Barcelona, as one of GSMA's partners, once more assumed responsibility for on-line pre-authorisation, in situ authorisation and access control while the Congress was in progress, as well as for the event's organisation and logistic management, for catering and for attending to the needs of exhibitors and visitors alike.

Barcelona, Mobile World Capital

Links between the mobile phone sector and Barcelona became further strengthened in 2011: GSMA designated the Catalan capital as Mobile World Capital for the 2012-2018 period. This project, the economic impact of which over these six years is estimated at around 3,500 million euros, rests on four pillars: the Mobile World Congress and Mobile World Hub, which focus above all on the industrial and business sectors, and the Mobile World Centre and Mobile World Festival, geared more towards society in general. Barcelona thus became the world reference point for mobile technology.

+info www.mobileworldcongress.com

Nivalia & Outdoor Sports

4-6 NOVEMBER

MONTJUÏC. 21ST EDITION

Surface area: 4.000 m²

Exhibitors: 51

Nature: public

Activities: competitions, demonstrations, circuits

The Nivalia & Outdoor Sports Fair returned to Montjuïc with a format adapted to the economic juncture and a highly practical and commercial approach by which to boost the sales of the participating sports establishments, which besides presenting the latest developments in the sector offered products from the previous year's stocks at half price. Prominent among the articles that sold most were skis and snow surf material.

Discounts and promotions prompted the public (mostly young people and families) to buy technical items, accessories and skiing material and to make new-season getaways to ski resorts.

In this context, the ski resorts of Catalonia, the South of France, Andorra and the Italian Alps presented their latest novelties and began to sell forfeits for the 2011-2012 season. Also present were several travel agencies specialising in snow, which operate mainly through the Internet and presented their offers for weekends, bank holidays and Christmas.

Visitors noted that prices of stays with forfeits had dropped an average of 15 % with respect to those of previous years, and that bookings were usually made at the last minute to take advantage of the best offers.

Nivalia offered visitors a comprehensive family recreation programme, featuring Pop This Tour, an urban snowboard high-jump contest for young people aged between 15 and 25, a children's rockodrome, mountain bike circuits and demonstrations showing how to use snow rackets.

+info www.nivalia.com

Ocasión

The Show of the Guaranteed Vehicle

02-11 DECEMBER

MONTJUÏC. 31ST EDITION

Surface area: 11.000 m²

Exhibitors: 45

Nature: public

The Show of the Guaranteed Vehicle (Ocasión), organised in collaboration with the Catalan Federation of Motor Vehicle Salespeople (Federació Catalana de Venedors de Vehicles de Motor - FCVM), registered excellent results, as corresponds to an economic juncture in which people are very much on the alert for bargains. In the space of ten days 706 nearly-new vehicles were sold, 36% more than in 2010, for a total of almost 15 million euros.

On sale were mostly mid-range vehicles, priced between 12,000 and 24,000 euros, although cars were exhibited to suit all tastes, needs and pockets, from smaller economical cars to the premium segment and even the occasional limousine.

All the world's leading makes were present at the show, through their bargain vehicle divisions, official concessionaires and dealers. 1,425 vehicles --from km0, management, fleet and renting services-- were displayed, all under five years old and overhauled by the firm Dekra to guarantee their perfect condition. The average price of vehicles on sale was 70% or their original market price.

The participating makes expressed their satisfaction with the results and with the Show as a boost to the second-hand vehicle market in Catalonia, since it is not only during the event that transactions take place. On the contrary, sales continue at the exhibitors' stands after the show has closed. At Ocasión 2011, over one hundred vehicles were sold after the event had closed its doors.

+info www.salonocasion.com

Personal España

Professional Human Resources Exhibition

23-24 MARCH

MONTJUÏC. 4TH EDITION

Surface area: 4.000 m²

Exhibitors: 40

Nature: professional

Activities: Conferences, debates, interview areas, workshops, technical seminars

Organiser: Spring Messe Management

Coinciding again with the Training and Jobs Week, the Professional Human Resources Exhibition, Personal España, once more became the reference point for executives and experts in this field and for personnel selecting firms in this country. Dialogue, discussion and face-to-face communication between suppliers and customers are decisive characteristics of this consolidated event.

Besides the commercial offer of products and services for the human resources field, what stood out particularly was the formative side, which focused on essential issues such as talent retention, business management models and team work. Over 30 debates, conferences and practical demonstrations were held by which to analyse the latest trends in human resources adapted to the current economic juncture and to a new technological environment, which is becoming increasingly consolidated.

The main speakers at this edition were Tomás Pereda, Director of Human Resources at Hertz Energy; Jil van Ayle, a specialist in solidary teaming; Amparo Díaz-Llauró, who concentrated on how to trap talent in the social networks;

Humberto Salerno, a writer and journalist who provided firms with the keys to motivating their staff and fostering talent, multiculturalism and team work.

On the other hand, in the Action Training area the workshops on motivation, coaching, 2.0 schedules and personnel selection from the social networks were very well attended, as was Meeting Point, a place where professionals could exchange experiences and information.

+info www.personal-espana.com

The International Pet Week

29 SEPTEMBER – 02 OCTOBER

MONTJUÏC. 1ST EDITION (2ND MASCOTA / 4TH IBERZOO / 46TH AVEPA CONGRESS)

Surface area: 30.000 m²

Exhibitors: 300

Nature: professional and public

Activities: professional conferences, dog hair-dressing and beauty contest, fashion parades, training displays, exhibition of animals of different species

Organisers: Fira de Barcelona (Mascota), AEDPAC (Iberzoo) and AVEPA (Vets Congress)

Barcelona became the reference point for professionals in the pet business and animal lovers thanks to the 1st International Pet Week, the most important event of its kind in Spain. The initiative brought together the Mascota Show, the Iberzoo Fair and the Southern European Vets Congress.

The show was highly rated by the exhibitors, since the concurrence of manufacturers, distributors, vets and consumers in the same precinct and at the same time provided the opportunity to exploit synergies and to boost a sector with great development potential in Spain.

At the Mascota Show, held over the weekend, visitors were exposed to new market trends and were able to enjoy a number of activities, such as acrobatics and training displays, dog fashion parades, exhibitions of animals, rescue and drug detection demonstrations, beauty contests and an exhibition of over 150 aquariums and 400 tropical fish.

Simultaneously to this, the Iberzoo professional fair was held, organised by the Spanish Pet Product Distributors Association (Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía - AEDPAC), held for the first time in Barcelona. The offer was exhibited of 110 national and international firms devoted to pet foodstuffs, accessories and healing.

Lastly, the Southern European Vets Congress (AVEPA-SEVC) was attended by experts from 31 countries and presented the latest advances in small animal health care.

+info www.salonmascota.com

+info www.iberzoo.com

+info www.sevc.info

Piscina BCN

The International Swimming-Pool Show

18-21 OCTOBER

GRAN VIA. 10TH EDITION

Surface area: 31.000 m²

Exhibitors: 300

Nature: professional

Activities: 3rd Ibero-American Sporting and Recreational Facilities Congress, Piscina BCN 2011 awards for Innovation and Sustainability, technical seminars

The show converted the city of Barcelona into the world capital of the swimming-pool sector, of wellness and of water facilities, thanks to the concentration in the Gran Via venue of the most important firms in the sector, 63% of which were international, from a total of 22 countries. It welcomed almost 19,000 visitors, 45% of whom were foreigners, from 127 countries, notably France, Italy, the UK, Sweden, Israel, Turkey, Russia, Germany, the US and Brazil.

The show provided an opportunity to observe the sector from close quarters, a sector which despite the recession is thriving thanks to exports and to having concentrated on renovation and maintenance of Spain's existing stock of swimming pools. With a total of over 1,100,000 units, Spain occupies fourth place in terms of number of pools and accounts for 7% of the world market in this sector.

Innovation and sustainability were the key concepts in the contest for the Piscina BCN 2011 awards. The Innovation prize went to the Davinci Magnapool System water filter, by the Australian firm Poolrite Europe, while the Sustainability prize went to Visendum ecological paving, by the Spanish firm Comaclara Systems.

The show also hosted the 3rd Ibero-American Sporting and Recreational Facilities Congress (Congreso Iberoamericano de Instalaciones Deportivas y Recreativas), which brought almost 150 professionals together in Barcelona. Moreover, a number of technical seminars were held, attended by 30 speakers and 350 professionals from home and abroad, that addressed such issues as the future of wellness, the situation of the swimming-pool market in other countries and the safety of water parks.

+info www.salonpiscina.com

Semana de la Formación y el Trabajo (The Training and Jobs Week)

23-27 MARCH

MONTJUÏC

THE EDUCATION FAIR

23-27 MARCH

MONTJUÏC. 22ND EDITION

Surface area: 17.000 m²

Exhibitors: 175

Nature: public

Activities: scientific, dynamisation, multi-media and languages areas, informative sessions for families, conferences on VT, student guidance

FUTURA

25-26 MARCH

MONTJUÏC. 8TH EDITION

Surface area: 1.880 m²

Exhibitors: 45

Nature: public

Activities: job-hunting workshops, conferences on professions with a future, business world seminars

Around 75,000 young recent graduates and professionals interested in furthering their studies attended, once again, the Training and Jobs Week, one of the major rendezvous of this country's education world.

Within the framework of the Week, the Education Fair was the showcase for the wide variety of higher and university studies available after Compulsory Secondary Education (Educación Secundaria Obligatoria - ESO), as well as for language-learning programmes, organised by the Spanish Association for Course Promoters Abroad (Asociación de Promotores de Cursos en el Extranjero - ASEPROCE).

As a new development, the cycles of Vocational Training (Formación Profesional - FP), regarded as one of the best means of access to the labour market, had a space to themselves, coordinated by the BCN Vocational Training Foundation, with the participation of specialised firms and centres which informed and advised interested parties about current qualifications in vocational training and job opportunities.

Among the main attractions of the event was the 'Research in Action' area, organised by Talència, the Generalitat institution devoted to fostering research in the scientific field, and the multimedia area of the Image and Multimedia Technology Centre of the Polytechnic University of Catalonia (Universitat Politècnica de Catalunya - UPC).

As in previous editions, the fair placed at students and their families' disposal the Student Attendance Service, where Educaweb experts advised them as to the type of training best suited to their preferences and aptitudes. Parallel to this, the Education Department of the Generalitat and the Interuniversity Council offered informative sessions and personalised guidance services to settle doubts as regards the academic itinerary one may follow after having passed the university entrance exam, the Bologna Plan or available grants and scholarships.

As part of the Training Week, Futura was also held, which provided information about master and doctorate degrees offered by both national and international centres: public and private universities, business schools, ongoing training

centres and professional associations. At times of recession, these studies are looked upon as good alternatives when it comes to acceding to an increasingly competitive labour market with a growing demand for skilled personnel.

Futura attracted recent graduates who wanted to specialise, unemployed graduates, and active professionals who sought better prospects. Furthermore, visitors were given the opportunity to take part in workshops on how to find employment and how to identify one's own potential and strong points, organised by the municipal bodies Barcelona Activa, and to attend the company Infojobs conference devoted to opportunities offered by professions linked to the Internet.

Parallel to this, the publication *Món Empresarial* organised a seminar at which to debate society's power to change the economic situation. The event was attended by representatives from numerous Catalan professional associations, authorities, universities and foundations.

+info www.ensenyament.com

+info www.salofutura.com

SIL

The International Logistics and Materials Handling Exhibition

7-10 JUNE

GRAN VIA. 13TH EDITION

Surface area: 31.855 m²

Exhibitors: 600

Nature: professional

Activities: Conferences, technical seminars, awards, business meetings

Organiser: Consorci de la Zona Franca

The latest edition of the International Logistics and Material Handling Exhibition (SIL) was evidence of the good health of this event which, with over 600 firms, 100 worldwide developments and 250 functions. With the presence of approximately 51,000 professionals, the 2011 edition of SIL consolidated the exhibition as a benchmark event in the logistics sector.

With 40% of exhibitors coming from 63 countries, the exhibition was the scenario for the development of world-reference business in the logistics field. At this rendezvous, trade delegations from China, Turkey, Egypt and the United States, among other countries, held commercial interviews with the exhibiting firms.

Furthermore, the Exhibition organised a comprehensive programme of technical sessions attended by over 3,200 professionals. Once again, SIL constituted a meeting point for professionals and firms in the Mediterranean area by holding the ninth Mediterranean Logistics and Transport Forum and the fourth Mediterranean Ports Summit.

Prominent among the new developments at this edition was a new exhibition area: the SIL Logistics Transport Centre, which with the collaboration of the Transport Centres of Spain Association

(Asociación de los Centros de Transporte de España - ACTE) provided the venue for logistical and intermodal platforms and areas of logistics activity (or ZALs) from all over the country. Moreover, two new sectorial workshops were held devoted to electronic trade and chemistry.

+info www.silbcn.com

Snackex

13-14 JUNE

GRAN VIA. 14TH EDITION (1ST IN BARCELONA)

Surface area: 7.500 m²

Expositors: 155

Nature: professional

Activities: technical seminars

Organiser: European Snacks Association

Snackex, the only European show devoted to the snacks or savoury aperitifs industry, welcomed visitors from 70 countries all over the world. Almost half the visitors were from Western Europe, while the rest came mainly from Russia, Eastern Europe, the United States and China.

The exhibiting firms were devoted to the manufacture and/or marketing of savoury aperitifs, potato crisps, corn crisps, peanuts, other nuts such as almonds or pistachios, savoury biscuits, popcorn and rice products, among a wide range that embraces both classical products and each year's novelties.

The exhibition was also attended by processing, packaging and wrapping equipment manufacturers and suppliers, control laboratories, and firms devoted to aromatisers and condiments, labelling and codifying equipment, safety, logistics and distribution, and marketing and consultancy.

Snackex became established as a must both for manufacturers and for importers, exporters, dealers, retailers and distributors in a worldwide food sector characterised by strong economic potential.

Besides the product show, the exhibition also organised technical seminars at which crucial aspects for the sector were discussed, such as consumer information, food safety, market trends, sustainable production, innovation and the commercialisation of food for children.

+info www.snackex.com

Smart City Expo & World Congress

The Intelligent City Summit

29 NOVEMBER - 02 DECEMBER

GRAN VIA. 1ST EDITION

Surface area: 17.300 m²

Exhibitors: 118

Nature: professional

Activities: Awards, thematic areas, specialised sessions

By 2050 75% of the world population will be living in cities, which will constitute the main driving force behind society. This forecast forces us to reflect on how cities will absorb the population and manage existing resources in order to guarantee citizens' quality of life in a sustainable way.

The Fira de Barcelona, true to its commitment to new sectors of high added value and to environmental responsibility, created the Smart City Expo & World Congress, the international summit at which to address challenges in the field and contribute to redefining present-day cities.

The event brought together public authority executives, experts, professionals and firms that analysed the development and working processes of intelligent cities. Thanks to the combination between a top-level congress programme and an exhibition space in which the main firms belonging to this new economic sector were present, the event, from its very first edition, became an international reference point.

Attending delegations included those from Bangalore, Birmingham, Bologna, Buenos Aires, Malaga, Paris, Portland, Rio de Janeiro, San Francisco, Santander, Santiago de Chile, São Paulo, Seoul, Sydney, Tongxiang and Vitacura.

The congress was attended by 290 speakers and was structured in seven thematic areas: ICT Basis, Living & People, Urban Planning, Governance & Funding, Environment, Energy and Mobility. Among the speakers were some of the world's leading experts, such as Carlo Ratti, Director of the SENSEable City Lab of the Massachusetts Institute of Technology (MIT); Anthony Townsend, Head of Research at the Institute for the Future; and Jeremy Rifkin, father of the Foundation on Economic Trends.

The programme was completed by four parallel thematic events: Smart Spain, covering projects in Spain; Smart Rural, devoted to trends in the rural environment; Smart Green, on the importance of urban green zones and responsible consumption; and the International Railway Forum, which explored synergies related to the railway sector.

On the other hand, in order to provide as many opportunities as possible, the BcnRail exhibition was held to coincide with the Smart City Expo.

Furthermore, the European Vehicle Initiative, which brings together representatives of firms and public authorities in countries where use of the electric car is most widespread, chose Smart City as the venue for one of its Advanced Vehicle Leadership Forum sessions.

At the Expo the World Smart City Awards, were granted in recognition of major intelligent city projects. At its first edition, the prize-winners were Yokohama (Japan), in the city category; Nice (France), for its integral mobility management

programme; and Agbar, for the development of a tool by which to monitor and manage Barcelona's water resources and infrastructure.

+info www.smartcityexpo.com

Sonimagfoto & Multimedia

The International Photography and Image Expo

23-27 MARCH

GRAN VIA. 11TH EDITION

Surface area: 11.800 m²

Exhibitors: 200

Nature: professional and public

Activities: Aula Digital Adobe, Casanova Workshop, the Cromalite Photographic Set, 6th Sonimagfoto Scholarship, exhibitions and installations, conferences and Forum on Wedding Photography.

The world of photography and image held its biennial event par excellence at the Gran Via precinct. On this its eleventh edition, Sonimagfoto & Multimedia made its debut at a new location, where it coincided with Graphispag.

The latest edition of the International Photography and Image Expo revealed once again, with the advent of 3D video, that the sector knows no barriers. This new technology, like high definition or HDR, made it perfectly clear that innovation forms part of the DNA of the firms in the sector.

The Expo's unequivocal commitment to hitherto unshown exhibitions by prestigious photographers was highlighted with two of its main attractions: El color de la Ciutat Vella, by Joan Colom, and Through the Looking Glass, by Joan Fontcuberta. Colom presented a selection of best snapshots from his so-far unexhibited work in colour, while Fontcuberta designed an installation that reflects on the exhibitionism of self portraits and their proliferation in the social networks, as a mechanism both of seduction and of identity construction.

Quality training, intensive courses, workshops and conferences for professionals and amateurs in the world of the image and multimedia technology were also cornerstones of the Expo, as reflected in the activities programme where, once again, the Aula Digital Adobe and the AFP Workshops figured among the most successful events.

+info www.sonimagfoto.com

Swab

The Barcelona International Contemporary Art Exhibition

26-29 MAY

MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 1.800 net m²

Exhibitors: 48

Nature: professional and public

Activities: concerts, debates, performances, exhibitions

Organiser: Barcelona Espai d'Art Contemporani Diezy7

The Swab exhibition became consolidated as one of the cultural events of the year in Barcelona and as an innovative alternative in its field. On this occasion it grew in exhibition space and works on show: 48 national and international galleries participated, 50 % more than the previous year, and it moved from Pavilion Z6, to Congress Hall 2 on Montjuïc venue.

Some of the best collections of contemporary art were presented with the aim of promoting creations by emerging artists and introduce young people to the world of collecting. Sculptures, paintings, drawings and videos were exhibited from 13 countries, notably France, Germany, the United Kingdom, the Czech Republic, Switzerland, Argentina, Mexico and the United States, apart from Spain.

Thanks to an agreement reached with Preview Berlin, Swab exhibited works from five Berlin galleries and, at the same time, a selection of Barcelona and Spanish galleries was provided with the opportunity to exhibit at the German show, held in September. New developments included Art Projects and MYFAF (My First Art Fair), with works from new galleries previously selected by a committee of experts, and the Swab Kids area, devoted to the little ones.

For the first time, the expo took contemporary art to the streets in the form of activities in several parts of the city. Under the title Swab Off, exhibitions, debates, workshops and performances were organised, outstanding among which was the exhibition Dibuix, representació i discurs de les col·leccions particulars d'art contemporani de Barcelona (Drawing, rendering and discourse in Barcelona's private contemporary art collections), in which 22 international artists took part.

+info <http://swab.es>

Taxi!!

The Taxi Fair

12-13 NOVEMBER

MONTJUÏC. 4TH EDITION

Surface area: 15.500 m²

Exhibitors: 42

Nature: professional

Activities: demonstrations

Organiser: Mosaik, Organizaci3n y Comunicaci3n

Addressed to professional taxi drivers and to firms with interests in the sector, the fair devoted to the taxi opened its latest edition on the Montjuïc venue.

Following the example of specialised shows, such as those of Cologne and Paris, the event, which is held thanks to initiative on the part of Catalan professionals, has become consolidated as a meeting point for industries, com-

merce and services associated with the taxi in Spain. The aim of the sectorial organisations that contribute to its development is for the fair to become an event that combines relations between professionals with information on the latest developments on the taxi market and on future trends.

Taking part in this edition were firms that specialise in the automobile industry, accessories, vehicle adaptation, workshops, spare parts and tyres, taximeters, fleet management, GPS and technological systems, fuel, insurance companies, banking entities and funding services, training schools, communication services and safety systems.

Outstanding among the latest developments presented were the ecological fuels produced by Repsol and Gas Natural and a new system, created by a Catalan firm, which informs taxi drivers by mobile phone as to the places where there is greatest demand at a given time, such as when people leave a concert or at the end of a congress.

The Taxi Fair has now begun a new phase during which the event will be held alternately in Barcelona and Madrid.

+info www.firadeltaxi.cat

International Tourism Show of Catalonia

7-10 APRIL

MONTJUÏC. 20TH EDITION

Surface area: 40.000 m²

Exhibitors: 1.120

Nature: professional and public

Activities: the ACAV-SITC workshop, the Alimara awards, the Bloggers Meeting

New tourism formats and enthusiasm for travel were the keys to this edition. The Catalans, who generate almost 30% of national tourist activity abroad and 40% of total travel, once again flocked to the Show in search of information on destinations and offers both at home and on the international circuit.

For the first time, the show devoted its first day exclusively to professionals, around 3,300, who attended the sectorial rendezvous that the Catalan Travel Agency Association (Asociaci3n Catalana de Agencias de Viajes - ACAV) organises annually, and the International Tourism and Law Congress.

On the other hand, the first Bloggers Meeting was attended by 40 travel specialist bloggers who shared their personal experiences with the over 300 visitors and gave useful advice on travelling round the world on limited budgets.

The guest country and city, Algeria and Bilbao, shared prominence with the Porta del Desert, an area given over to the Arab world; with the

Pink Corner, which focused on gay tourism; and with Expocrueros, an area specialising in cruise offers.

Several prizes were given, organised in collaboration with the Centre d'Estudis Tècnics Turístics (CETT): the Alimara-Cat, which went to Oñati, of Oñatiko Garapen Eta Turismo Ajentzia, SA; the Alimara for state, autonomous and regional institutions, which went to the 'Astúries, ho diu tothom' campaign by the Sociedad Regional de Turismo, SA; and an award to the guidebook in Braille published by the Patronat de Turisme Costa Brava, Girona.

+info www.saloturisme.com

CONGRESSES AND OTHER EVENTS

Health and professional congresses

Throughout 2011 the Fira de Barcelona held numerous congresses and meetings, particularly in the field of the health sciences.

In this context we should pinpoint the Spanish Biochemistry and Molecular Biology Society meeting, attended by numerous researchers from both home and abroad; the International Environmental Epidemiology Society congress; as well as the Catalan Seminars on Arterial Hypertension and the Catalan Ophthalmology Society meetings.

Other congresses

- International Conference on Computer Vision
- Medicina "Update 2011", organised by the Medical and Health Sciences Academy of Catalonia and the Balearics
- World Rare Disease Day
- The Legal Office and Consultancy Congress
- The Tecnio Forum on Technology Transfer
- Wineries for Climate Protection
- United Family
- BAC Barcelona
- Magic: The Gathering Grand Prix Barcelona

Similarly, the Fira facilities accommodated fifty or so functions in the corporate and business, institutional and political, social, cultural and sporting sectors, as well as advertising spot filming and photograph sessions.

Music, sport and culture

By virtue of their special social importance, we pinpoint a number of events in the fields of music, culture, sport and leisure.

Prominent in the sports sphere were the Barcelona Marathon, the traditional Jean Bouin race and the Costa Brava Rally for veteran cars. And in the field of popular festivities, activities

associated with the Festes de la Mercè and the Cavalcade of the Magi.

Once again, the Gran Via venue became the nighttime venue for Sónar, the Barcelona Advanced Music and Multimedia Art Festival, organised by Advanced Music. The Festival attracted a total audience of around 85,000 people, of whom approximately half attended the nighttime sessions held between June 14 and 16. The daytime sessions, exhibitions and other activities such as Sónar Kids were held at the CCCB, the Macba, CaixaForum and the Auditori.

Sónar, a successful combination of avant-garde art and experimentation with electronic music, has become one of the benchmark festivals worldwide. Besides attracting an international audience, it has gone beyond our frontiers to hold editions in London, New York, Buenos Aires, São Paulo, Seoul, Frankfurt, Chicago and Tokyo.

Harley Days and the TV3 Marathon

Barcelona Harley Days, a highly popular event, has become thoroughly accepted in the city and the most important meeting for Harley Davidson owners and enthusiasts in Europe. The latest meeting, held in July, brought together around 18,000 Harleys from different parts of the continent and the world, many of which took part in the traditional 13-km-long procession of banners through the streets of Barcelona.

Enthusiasts were able to enjoy the facilities on Avinguda de Maria Cristina, guided itineraries, the Custom Bike Show, exhibitions of the latest models, simulators, classical and customised bikes, the Carpa Experience and numerous music and recreational activities.

In December 2011, Hall 1 in the Montjuïc precinct, ceded by the Fira de Barcelona, became the main telephone exchange for the TV3 Marathon, which on this occasion set out to raise funds for research into regenerative medicine and organ and tissue transplants.

AT THE SERVICE OF TRADE FAIR ACTIVITY

Throughout 2011, the intense commercial activity of the Fira de Barcelona focused on the proximity marketing strategy, offering the exhibiting firms integral services adapted to the market situation and the current recession context.

Over 4,800 visits were made to potential exhibitors, which meant a notable increase as regards 2010. The number of telephone contacts also grew, reaching the figure of 20,200, as well as on-line promotions, which led to an increase in the number of exhibitors.

It must be pointed out that these commercial relations, developed by teams with specific training, resulted in a major increase in the effectiveness of the visits, up to 39%, six points higher than in 2010.

The Fira teams concentrated much of their offer on 'packs', designed specifically for each show (space, construction of the stand, furniture, services, access to the Internet, parking, etcetera) through the ServiFira Project. In this context, it must be noted that 57% of participating exhibitors chose this modality, and that 30% requested the GastroFira catering services.

Furthermore, new products were commercialised, which meant a value increase for the client, such as on-line promotion and sponsoring.

Tools with which to foster trade contacts

With the aim of fomenting communication between visitors and exhibitors, thereby increasing business opportunities (what is known as 'business match'), the Fira developed a new platform which adopted social network practices in order to maximise participation in an event.

From visitors' point of view this platform made it possible to draw up and optimise beforehand a personal agenda for the period when each show was held since, in accordance with the profile of each visitor, the tool is able to suggest exhibitors of potential interest to whom meeting proposals may be made during the event. Furthermore, it provided the possibility to register for the different activities organised by exhibitors.

From the exhibitor's point of view, it provided the opportunity to contact potentially interested visitors and consult the meetings agenda before the event began. It also served as a marketing platform oriented towards visitors to invite them to participate in demonstrations and activities.

New catering venues

GastroFira put six new catering venues into operation at pavilions 5 and 7 of the Gran Via venue, two of which were managed by GastroFira itself and the remaining four by firms in the sector.

Throughout 2011 intense activity was developed with the rendering of restaurant and catering services for the major international shows, such as the Mobile World Congress, ITMA and EIBTM, among others, where the needs of organisers, exhibitors and visitors required culinary proposal adapted to a variety of dietary and cultural prerequisites.

Likewise, GastroFira contributed to the organisation of Barcelona Degusta, specifically in coordination of the Ágoras and Aules del Gust programmes and other gastronomic activities.

On the other hand, efforts continued when it came to offering maximum quality and absolute food hygiene guarantee through the introduction

of a range of totally recyclable or biodegradable single-use items.

During the year over 80,000 coffee breaks, 25,000 aperitifs and cocktails, 42,000 working menus, 2,500 picnics and 78,000 catering products were served directly to the stands.

Human Resources, an organisational change

In 2011, the main goal of the Human Resources Department was consolidation of the organisational changes resulting from the introduction of the 'New Value Proposal' or revision of the Fair's Strategic Plan agreed to in 2010. The purpose of these changes was to adapt as far as possible to demands on the part of the market and clients, with commitment to re-engineering processes, personalised management of exhibitors and visitors, and internationalisation. Commitment on the part of the entire organisation and internal communication were crucial to these processes.

Adoption of these measures made it possible to increase the number of people engaged in direct contact with clients, be they organisers, exhibitors or visitors. To achieve this, it proved necessary to redefine places and tasks to adapt them to the new objectives, to promote internally and select externally people with a commercial profile, and to train staff members in the execution of their new functions. It must be noted that 204 people attended training courses, with an average of 2.1 days each.

On the other hand, the trade fair institution continued to invest in labour risk prevention: once again the number of accidents dropped.

At the end of the year, the permanent Fira de Barcelona staff stood at 267 people.

Sustainability, commitment, CSR

Throughout the year, the Fira de Barcelona maintained its commitment to the environment and to sustainability as part of its Corporate Social Responsibility (CSR) policy.

Since 2011 the trade fair institution's exhibitor services dossier has included the possibility to acquire ecological stands and accessories, together with the 'carbon footprint' calculation and redress service, which identifies the sources of greenhouse-effect gas emission inherent to any activity.

The Fira transferred the over 1,100 tons of waste (paper and cardboard, glass, cans, cartons and so on), generated at events, to recovery plants for the production of recycled material. Part of the waste matter may be reutilised thanks to an innovative management model that makes it possible to transform such rubbish into solid recovered fuel (SRF) for processes with high energy demand, such as cement manufacture or electricity generation, and as a substitute for fossil fuels, which emit greenhouse-effect gases.

Pavilions 5 and 7 at the Gran Via venue epitomised the great efforts being made by the trade fair institution in favour of environmental sustainability. These new buildings, which were officially opened in 2011, feature state-of-the-art technology: ultra low-consumption led lighting; highly efficient systems of urban centralised air-conditioning (DHC); solar-heated domestic water; and free-cooling natural ventilation. The roofs of the new pavilions were exploited as a means to increase the venue's number of photovoltaic panels by almost 7,000, thereby reaching a total of 25,900 units, which increase annual generation by 5.86 GWh.

Likewise, the new facility control and management system was introduced which groups all the building's technical utility services together. This new procedure was developed specifically for the Gran Via venue.

The trade fair institution, together with other institutions and entities (such as the Port, Airport, Liceu, Provincial Council and RC Tennis) joined the Barcelona Tourism Executive Committee as an observer as part of the city's policy to become consolidated as a quality tourist destination and an innovator in the spheres of environmental responsibility and sustainability. After signing the UNESCO Responsible Tourism Charter in July 2011, Barcelona was granted the Biosphere World Class Destination by the Responsible Tourism Institute (RTI), an entity associated with UNESCO and the World Tourism Organisation (UNWTO).

On the other hand, the institution continued to collaborate with a variety of citizen's organisations in the development of solidarity campaigns. In December 2011, the Fira ceded Hall no. 1 at the Montjuïc venue as a huge telephone exchange for the TV3 Marathon, devoted on that occasion to raising funds for research into regenerative medicine and organ and tissue transplants.

Likewise, and particularly through its GastroFira department, the institution cooperated with the Food Bank Foundation by donating the food surplus generated by events, which has a limited useful life.

This solidary collaboration, which took the practical form of delivering 1,292 kilos of food to the Foundation in 2011, constitutes aid to people in precarious situations, converts non-marketable foodstuffs into sustainable resources, minimises environmental impact and increases the social value of the product and the firm.

Furthermore, the Fira de Barcelona managed to secure the presence of Caritas at the Expoquímia, Equiplas and Eurosurf stands, through the Fires amb cor (Fairs with a heart) programme, in turn part of the broader Empreses amb cor (Firms with a heart) project.

ECONOMIC RESULTS 2011

During the 2011 financial year the trends begun in 2008 were maintained, which are significantly altering the trade fair business. On the one hand we have the recession, which affects the main economic sectors represented at the most emblematic shows organised by the Fira; and on the other, the great efforts the trade fair institution makes to innovate in shows, in international expansion and in new products designed to meet social and business demands.

To analyse business evolution, the schedule for the main Fira de Barcelona shows must be taken into account. In 2001 two-yearly shows were held by sectors currently very much affected by the recession, such as Construmat and the Motor Show, which yielded profits lower than those of the previous edition. Also in 2011 three-yearly shows were held, such as Graphispag, Expoquímia, Equiplast and Eurosurf, which were also affected by the consequences of the recession.

Even so, it must be said that despite the 'schedule effect', a results homogenisation trend was observed, thanks to the specific weight exerted by the major annual shows and events. Alongside this, the consolidation must be pinpointed of Bizbarcelona and The Brandery, with their January and July events, and the highly successful first edition of the Smart City Expo, a world congress where solutions for intelligent cities were expounded and discussed.

The shows and congresses staged by external organisers continued to generate high business turnover. In this context, and by virtue of their great economic and media impact, we should pinpoint the Mobile World Congress, the 2011 edition of the international textile machinery show ITMA, Carbon Expo and EIBTM, among others.

Operational costs in 2011 amounted to 103.6 million euros, which represents a 2.3% increase compared to those of 2009 (101.2 million euros). Greatest increase was noted in service and exterior show expenses, due to their greater volume of activity. Structural costs, however, dropped significantly from 25.3 million euros in 2009 to 21.1 million euros in 2011, thanks to the savings plan introduced in 2008.

Lastly, in 2011 a restrictive policy was applied to investments, although for reasons of operability 2 million euros were assigned to improving facilities in the Montjuïc precinct and to enhancing the computer development programme.

INTERNATIONAL DELEGATIONS

Algeria

Bcn Promotions
Jessica Abdoulahi
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
algeria@firabcn.es

Argentina

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 (2.º A)
1055 Capital Federal
Buenos Aires - Argentina
Tel.: +54 11 43723519
Fax: +54 11 43723519
argentina@firabcn.es

Austria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen - Germany
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
austria@firabcn.es

Belgium

Koraal Consulting
Micolé Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg, 10
6132 CM Sittard - Holland
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
belgium@firabcn.es

Bolivia

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191,
Oficina 906 - Providencia
Santiago de Chile - Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
bolivia@firabcn.es

Brazil

CNBE, SL
Jorge Solé Pérez / Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862. Sala 3 -
Jardims 01412-100
São Paulo - Brazil
Tel.: +55 11 3063 1067
Fax: +55 11 3062 9725
brazil@firabcn.es

Canada

PB Marketing International
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
8, West 34th Street, Suite C117
New York - United States
Tel.: +1 212 564 0404
Fax: +1 703 229 4176
canada@firabcn.es

Chile

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Chile -
Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
chile@firabcn.es

China

NoeChina
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, Juan Mansion, no. 211
Urumchi (N.) Rd., Jingan Distr.
200040 Shanghai - China
Tel.: +86 21 516 96889
Fax: +86 21 510 79779
china@firabcn.es

Colombia

Cámara de Comercio
Colombo Catalana
Passeig de Gràcia, 48 - 1º Bis, 2ª
08007 Barcelona - Spain
Tel.: 93 514 3959
Fax: 93 215 4382
colombia@firabcn.es

Czech Republic

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praha 8
Czech Republic
Tel.: 00420 608 434 268
czechrepublic@firabcn.es

Ecuador

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
- Providencia
Santiago de Chile - Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
ecuador@firabcn.es

France

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
france@firabcn.es

Germany

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen - Germany
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
germany@firabcn.es

Holland

Koraal Consulting
Nicole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg, 10
6132 CM Sittard - Holland
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
holland@firabcn.es

Hong Kong

Fairs Communications Int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., no. 255, Ien Chi Street
Taipei, 10696 - Taiwan
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
hongkong@firabcn.es

India

Comnet Exhibitions PVT. LTD
YogitaKackar
217-B (2nd Floor) Okhla Industrial
Estate - Phase III
New Delhi - 110020 - India
Tel.: +91 11 4279 5000
Fax: +91 11 4279 5098 / 99
india@firabcn.es

Ireland

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
London NW1 5RA - England
Tel.: +44 2077 238416
Fax: +44 2071 704125
ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants Ltd
Sergio Vinitsky
Corex House, 10 Zarchin St. -
PO box no. 3030
Raanana 43662 - Israel
Tel.: +972 9 777 68 08 / 09 / 00
Fax: +972 9 777 68 05
israel@firabcn.es

Italy

Expo Consulting
Marc Barozzi
Via Brugnoti, 8
40122 - Bologna - Italy
Tel.: +39 051 649 31 89
Fax: +39 051 649 32 42
italy@firabcn.es

Luxembourg

Koraal Consulting
Nicole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg, 10
6132 CM Sittard - Holland
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
luxembourg@firabcn.es

Mexico

TMC Parking de México S.de.RL
Emma Ayala / Martin Olle
C/Norte 68 # 10068
07410 México DF - Mexico
Tel.: +52 55 5737 1230
Fax: +55 5715 5766
mexico@firabcn.es

Morocco

Bcn Promotions
Jessica Abdouhah
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: 33 1 47 07 29 39
Fax: 33 1 47 07 32 10
morocco@firabcn.es

Peru

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
- Providencia
Santiago de Chile - Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
peru@firabcn.es

Poland

Mercados Exteriores
Consulting & Events
José Montoro Cardeña
Lucka, 7/9
00-842 Warsaw - Poland
Tel.: +48 22 658 6737
poland@firabcn.es

Portugal

Expotec
João Águas
PO Box 32 - 2894-909
Alcochete - Portugal
Tel.: +351 212 348 016
Fax: +351 212 342 776
portugal@firabcn.es

Russia

Mercados Exteriores
Consulting & Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscow - Russia
Tel.: +7 495 642 46 90
Fax: +7 495 637 37 93
russia@firabcn.es

Slovakia

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praha 8
Republika Chec
Tel.: 00420 608 434 268
slovakia@firabcn.es

Switzerland

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen - Germany
Tel.: +49 7071 36 55 95
Fax: +49 7071 36 55 96
switzerland@firabcn.es

Taiwan

Fairs Communications Int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., no. 255, Ien Chi Street
Taipei, 106 - Taiwan
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
taiwan@firabcn.es

Tunisia

Bcn Promotions
Jessica Abdouhah
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
tunisia@firabcn.es

Turkey

Senexpo Uluslararası A.S.
Seda Kanatoglu
HurriyetMh. Dr. Cemil Bengü
Caddesi no. 103 D.1 Sisli
İstanbul - Turkey
Tel.: +90 212 224 68 78
Fax: +90 212 224 85 58
turkey@firabcn.es

Ukraine

Mercados Exteriores
Consulting & Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscow - Russia
Tel.: +38 044 468 52 80
Fax: +7 495 637 37 93
ukraine@firabcn.es

United Kingdom

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
London NW1 5RA - England
Tel.: +44 2077 238327
Fax: +44 2071 704125
unitedkingdom@firabcn.es

United States

PB Marketing International
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
7 West 34th Street, Suite 117
New York - United States
Tel.: 001 212 564 0404
Fax: 001 703 229 4176
usa@firabcn.es

Uruguay

Analía Wlazlo
Tucumán, 1625 - 2ªA (1055) Capital
Federal - Buenos Aires - Argentina
Tel.: 0054 11 4372 3519
Fax: 0054 11 4371 0083
uruguay@firabcn.es

Edita**Edited by**

Fira Barcelona
Direcció General
Àrea de Comunicació
Avda. M. Cristina, s/n
08004 Barcelona
Tel. 93 233 20 20
www.firabcn.es

Producció editorial**Editorial Production**

Ara Idees - Ara Llibres sccl
www.arallibres.cat

Impressió**Printed by**

Gramagraf

Dipòsit Legal: B22252.2012

Depósito Legal: B22253.2012